



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ESCUELA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y COMERCIO
EXTERIOR**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

TÉSIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERAS EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

“Plan de exportación de camisetas de algodón para hombres y mujeres de la empresa de MODAS KEMWEK de la ciudad de Quito, hacia México, Distrito Federal, para el año 2013”

María José Carvajal Toledo

María Belén Torresano Rodríguez

Riobamba – Ecuador

2013

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Ing. Homero Eudoro Suárez Navarrete

DIRECTOR DE TESIS

Ing. Jorge Washington Álvarez Calderón

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA

Las ideas expresadas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de las autoras.

María José Carvajal Toledo

María Belén Torresano Rodríguez

AGRADECIMIENTO

Nuestro profundo agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica De Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas, Escuela de Ingeniería Financiera y Comercio Exterior, Carrera de Comercio Exterior, pero en especial por ser una fuente de conocimientos que nos ha permitido alcanzar nuestra objetivo y carrera profesional.

Un sincero reconocimiento a nuestro Director de Tesis el Ing. Homero Suarez quien con su valioso aporte, ayudo a la culminación de este trabajo.

Las Autoras

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico con mucho amor a mis padres, mis hermanos, mi hijo y demás familiares gracias a quienes he podido culminar con éxito una de mis metas trazadas a lo largo de todo este tiempo, ellos me han sabido guiar a lo largo de mi carrera Politécnica, también gracias a su apoyo incondicional me he convertido en una mujer capaz de tomar las decisiones acertadas que en adelante me permitirá transmitir y ejemplar para mis futuras generaciones.

María José Carvajal Toledo

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi Madre que sin su apoyo, esfuerzo y paciencia no habría logrado alcanzar con éxito todas mis metas.

María Belén Torresano Rodríguez

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido	Pág.
Portada	
Certificación del tribunal	II
Certificación de la Autoría	III
Agradecimiento	IV
Dedicatoria	V
Índice	VI

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA DE MODAS KEMWEK

1.1 Antecedentes	1
1.2 Misión	1
1.3 Visión	2
1.4 Organigrama de la empresa	2
1.5 Políticas institucionales	4
1.6 Código ética	6
1.7 PyMES en Ecuador	7
1.8 Producción de camisetas de algodón en Ecuador	17
1.9 Proceso de producción de camisetas de algodón	22
1.10 Costos de producción	26

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DEL MERCADO

2.1 Diagnóstico Externo país México	30
-------------------------------------	----

2.2 Diagnóstico Interno ciudad de México Distrito Federal	35
2.3 Análisis de la oferta	53
2.4 Análisis de la demanda	54
2.5 Importaciones	57
2.6 Exportaciones	58
2.7 Balanza comercial México	62
2.8 Acceso marítimo al mercado destino	62

CAPÍTULO III

3. EXPORTACIÓN

3.1 Características de la exportación	69
3.2 Procedimientos para ser exportador	72
3.3 Documentos para la declaración de exportación	73
3.4 Canales de Distribución	87
3.5 Preparación de la carga	89
3.6 INCOTERMS	90
3.7 Costo de Exportación	94

CAPÍTULO IV

4. EVALUACIÓN FINANCIERA

4.1 Objetivos para la Evaluación Financiera	97
4.1.1 Objetivo General	97
4.1.2 Objetivos Específicos	97
4.2 Instrumentos de Evaluación	98
4.2.1 Estado de Situación Inicial Proyectado	98
4.2.2 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	101
4.2.3 Flujo de Caja Proyectado	102
4.3 Indicadores de Evaluación Financiera	104
4.3.1 Valor Neto Actual (VAN)	104
4.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)	107

4.3.3 Relación Beneficio Costo (RBC)	108
4.3.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	109

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones	110
5.2 Recomendaciones	111
Resumen	112
Summary	113
Bibliografía	114
Linkcografía	115
Anexos	116

ÍNDICE DE FIGURA

No.	TÍTULO	Pág.
1.	Organigrama Estructural	2
2.	Organigrama Funcional	3
3.	Proceso de Producción	23
4.	Proceso de la Camiseta de Algodón	24
5.	Diagrama de Flujo de Proceso	25
6.	Distribución económica de la población	47
7.	Logotipo	70
8.	Modelo de la camiseta	70
9.	Diagrama de flujo de proceso de producción	76
10.	Diagrama de Flujo de Pre-Embarque	80
11.	Diagrama de Flujo de Post-Embarque	84
12.	Canales de Distribución	89

ÍNDICE DE TABLA

No.	TÍTULO	Pág.
1.	Exportaciones	19
2.	Subpartida Arancelaria	20
3.	Principales de Destinos de Exportación de Camisetas para hombres	21
4.	Partida Arancelaria Sugerida	21
5.	Principales Destinos de Exportación de Camisetas para mujeres	22
6.	Costos de Producción	27
7.	Presupuesto Costos Indirectos de Fabricación	27
8.	Presupuesto Personal Administrativo	28
9.	Cálculo precio de Venta	28
10.	Clima	32
11.	Principales ciudades de México	32
12.	Población sexo y edades	33
13.	Acuerdos Regionales	38
14.	Acuerdos de Complementación Económica	39
15.	Acuerdos de Alcance Parciales	41
16.	Evolución del PIB	42
17.	PIB per Cápita	42
18.	Inflación	43
19.	Indicadores Macroeconómicos	45
20.	Dinámica sectorial del PIB nacional	47
21.	Población y Ocupación	48
22.	Población activa	49
23.	Proyección de la Población	49
24.	Proyección de la Población de los Hombres	51
25.	Proyección de la Población de las Mujeres	52
26.	Análisis de la oferta	53
27.	Proyección oferta	53
28.	Proyección demanda	55
29.	Demanda insatisfecha	56
30.	Demanda objetiva	56

31. Importaciones de México	57
32. Exportaciones de México	59
33. Balanza Comercial de México	62
34. Tarifas Marítimas	68
35. Características del contenedor	71
36. Detalle del producto a enviarse	72
37. Descripción del producto a exportarse	90
38. Costo de Exportación	94
39. Costo Total de Transporte y Almacenamiento	94
40. Costo de Seguro por Transporte	95
41. Costo de Embarque	95
42. Costo Total de Exportación	96
43. Ingresos	96
44. Estado de situación inicial proyectado	98
45. Estado de pérdidas y ganancias proyectado	101
46. Flujo de caja proyectado	102
47. VAN 1	105
48. VAN 2	106
49. PRI	109

ÍNDICE DE GRÁFICO

No.	TÍTULO	Pág.
1.	Exportaciones totales	20
2.	PIB México	42
3.	PIB per cápita	42
4.	Proyección de la población	50
5.	Proyección de la población hombres	51
6.	Proyección de la población mujeres	52

ÍNDICE DE ANEXOS

No.	TÍTULO	Pág.
1.	Carta de aceptación comercial	116
2.	Fotografías de la instalaciones	117

INTRODUCCIÓN

Ante el proceso mundial de globalización es de primordial interés conocer los aspectos involucrados en el proceso de comercialización encaminada al comercio nacional e internacional, de tal manera que se conozca la participación y las posibilidades del Ecuador ante tal tendencia mundial.

En la actualidad, las exportaciones ecuatorianas se ven reflejadas sobre los productos tradicionales la mayoría de ellos camarón, atún, frutas, legumbres, etc. Sin embargo existe un gran potencial de exportación de productos no tradicionales sobre los cuales existen perspectivas positivas que pueden atraer mayor sublevación a nuestro país.

Es por esta razón que la idea de la presente tesis de exportar camisetas de algodón para hombres y mujeres se lo realice con la finalidad de generar una actividad rentable a la empresa de modas KEMWEK. Siendo fundamental conocer las preferencias y necesidades de los consumidores hacia este tipo de producto para poder llevar a cabo el presente proyecto.

Como el objetivo de este trabajo de investigación es exportar, es necesario determinar la existencia de un nicho de mercado para las camisetas de algodón en el mercado de México Distrito Federal, es decir, comprobar la existencia de un grupo de posibles consumidores, quienes estén dispuestos a comprar.

El presente trabajo pretende resolver la necesidad de las personas de México Distrito Federal de usar camisetas ciento por ciento algodón elaborados en el territorio nacional en la capital de la República del Ecuador (Quito), con la mejor calidad y nivel de satisfacción y a su vez de generar el desarrollo de la PyMES como lo es en su caso la empresa de modas KEMWEK.

CAPÍTULO 1

1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA DE MODAS KEMWEK

Modas KEMWEK es una micro-empresa su representante legal es la Ingeniera Carla Roldan gerente propietaria estando a su cargo el de administrar la empresa y bajo su mando tiene a quince personas que trabajan para la distribución y elaboración de ropa formal e informal para hombres y mujeres.

1.1. ANTECEDENTES

En la empresa de Modas KEMWEK, inicia sus actividades el 14 de enero de 2008, ciento por ciento ecuatoriana, dedicada a la fabricación de ropa formal e informal para hombres y mujeres, primordialmente utilizando tecnología de punta y software para el diseño de las prendas para el público quiteño a un precio módico y garantizando calidad y durabilidad.

Se encuentran ubicados en la provincia de Pichincha, cantón Quito, debido a la facilidad de gestiones de comercio para el resto del país, el éxito de modas KEMWEK, cuentan con un equipo de profesionales con verdadera vocación en servicio al cliente, claro que esto también se ve reflejado en la calidad de sus productos ya que son diseñados mediante un software que les permite utilizar la tecnología como un canal seguro y confiable que abarata los costos hasta en un ochenta por ciento. Esto les ha impulsado a ofrecer y consolidar la idea de incursionar en los mercados internacionales con nuestra línea de camisetas tanto para hombres como para mujeres, como los países Estados Unidos, México, Europa, etc.*

1.2. MISIÓN

Somos una empresa con calidad, innovación tecnológica y mejora continua en la elaboración y comercialización de prendas de vestir para hombres y mujeres, que promueve la lealtad y compromiso de los clientes, proveedores todos formamos un cimiento basado en una esmerada selección de factores de liderazgo, valores corporativos y acorde a las normativas legales aplicables a nuestra empresa*.

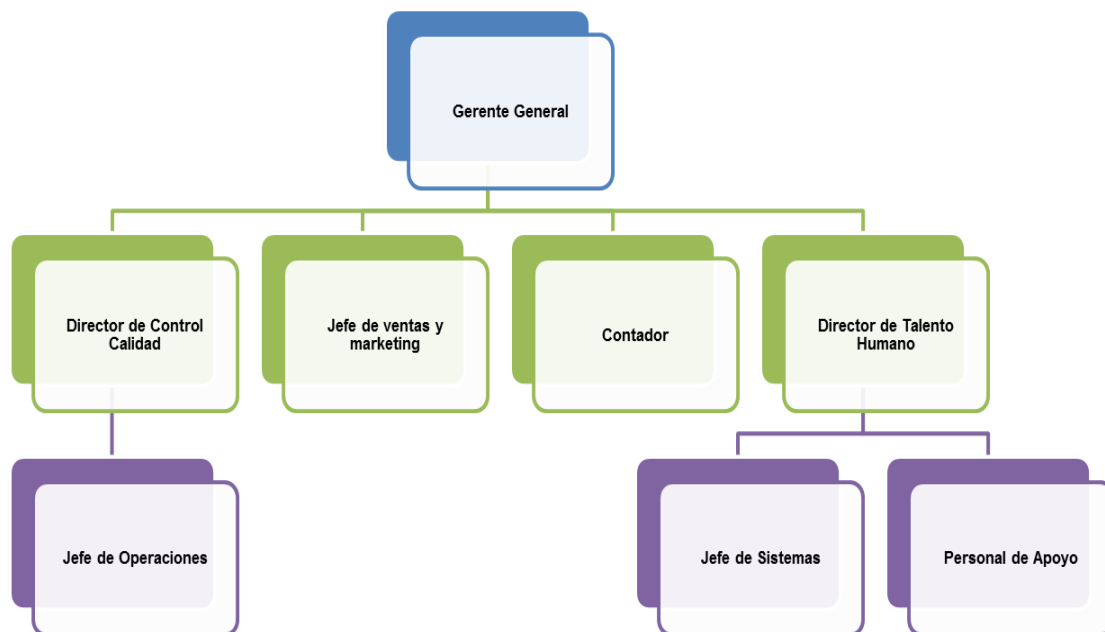
1.3. VISIÓN

Ser reconocidos como líderes nacional e internacionalmente en el contexto de la moda, basada en la fabricación y distribución de camisetas de algodón que satisfagan las necesidades de nuestros clientes, permitiendo un uso productivo e inteligente de estas camisetas personalizadas y diferenciadas*.

1.4. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

1.4.1. Organigrama Estructural

FIGURA 1:



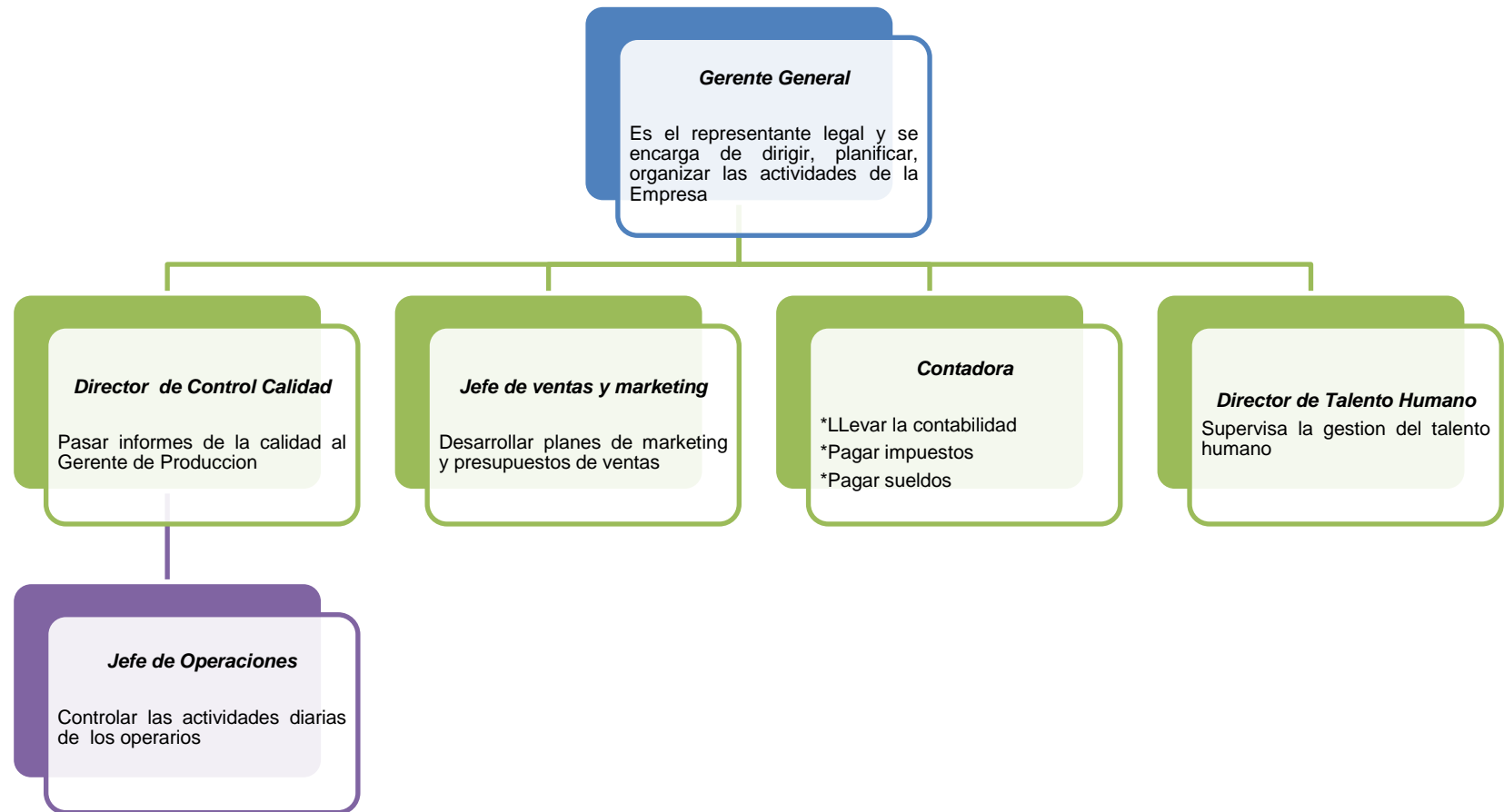
FUENTE: Modas KEMWED

ELABORADO POR: Las Autoras

*Levantamiento de la información de la empresa.

1.4.2 Organigrama Funcional

FIGURA 2:



FUENTE: Modas KEMWEK

ELABORADO POR: Las Autoras

1.5. POLÍTICAS EMPRESARIALES¹

A. Política de calidad:

Aumentamos nuestra confiabilidad al aplicar los siguientes principios:

- * Comunicación Interna y Externa.
- * Comunicamos todo de manera sincera, sencilla, precisa, oportuna y personalizada.
- * Creatividad e Innovación.
- * Anticipamos las necesidades y deseos de nuestros clientes, compañeros y accionistas, para crear formas nuevas y rentables de satisfacción.
- * Cumplimiento.
- * Entregamos lo acordado a tiempo, excediendo las expectativas.
- * Cabalidad.
- * Hacemos todo con exactitud y terminamos con precisión aquello a lo que nos comprometemos, cuidando los detalles y el diseño.

B. Política de medición, análisis y mejora:

B.1 Satisfacción del Cliente

Modas KEMWEK conoce la satisfacción e inquietudes de los clientes a través de 2 medios:

- a) Mensualmente realiza una investigación a una muestra de los clientes de cada uno de los medios de acceso; esta investigación proporciona el grado de satisfacción del cliente con respecto a los servicios proporcionados.
- b) Mensualmente presenta la información sobre las inquietudes de los clientes.

¹ **Fuente:** Empresa de Modas KEMWEK

C. Políticas de seguimiento y decisión:²

C.1 Auditorías Internas

La empresa lleva reuniones sobre las mejoras continuas de la siguiente manera:

- a) La conformidad del sistema de Gestión de Calidad de acuerdo con los procesos planeados.
- b) Su implantación y mantenimiento.
- c) El programa de auditorías se determina tomando en cuenta la importancia de los procesos y las áreas a ser auditadas, así como los resultados de las auditorías previas.
- d) El plan de auditoría define los criterios, alcance de la auditoría y los métodos de auditoría. La selección de auditores y la ejecución de las auditorías aseguran objetividad e imparcialidad del proceso de auditoría ya que los auditores no pueden auditar su propio trabajo.
- e) Se cuenta con un procedimiento para Auditoría Interna, con las responsabilidades y requisitos para planear y ejecutar las auditorías, para el reporte de resultados y que define los registros de la misma.
- f) El personal responsable del área a ser auditado debe asegurarse que las acciones se tomen sin demoras injustificadas para eliminar las no conformidades detectadas y sus causas.

D. Política de la direccionamiento:

Todos los miembros de la empresa afectados por el sistema de gestión de calidad deben estar convencidos (tener evidencia) de que la dirección se encuentra firmemente comprometida con su implantación y su mejora.

E. Política de comercialización:

Implica una elección de un curso de acciones encaminado hacia una meta determinada, pero para ello debemos cumplir ciertos parámetros a aplicarse una vez que se vaya a utilizar los recursos de la comercialización:

² Fuente: Empresa de Modas KEMWEK

- ☞ Captar la atención de los compradores potenciales.
- ☞ Lograr que los compradores potenciales conozcan los puntos adecuados de la venta de los productos.
- ☞ Lograr que el producto sea accesible en los lugares y momentos correctos e indicados.
- ☞ Producto atractivo para la sociedad que lo compre con precios de acorde al proceso de producción.
- ☞ Determinar el precio correcto para que la empresa tenga ganancia.

Diferenciar en los gustos, necesidades y requerimientos de los consumidores, lo cual permite tener una visión clara de la diferencia de los productos y mercadeo, incrementando la necesidad e importancia de una estrategia de segmentación como una herramienta innovadora.

1.6. CÓDIGO DE ÉTICA³

1.6.1 Valores

- a) **Respeto:** Valorar y reconocer las capacidades, habilidades y esfuerzos de las personas que colaboran en el desarrollo y crecimiento de la empresa, permitiéndoles ir más allá del cumplimiento de sus labores cotidianas a través de la comunicación y recepción de ideas que impliquen procesos de mejoramiento.
- b) **Eficiencia:** Hacer lo correcto oportunamente implica involucrar al cliente interno a trabajar por el cumplimiento de los requerimientos y especificaciones de los clientes externos logrando la eficiencia de los procesos y servicios.

³ Fuente: Empresa de Modas KEMWEK

- c) Honestidad:** La empresa regida por este valor, logrará que sus miembros interactúen de manera ética y profesional con todas las personas, clientes y proveedores, con lo cual contribuirán a desarrollar y alcanzar las metas trazadas.
- d) Compromiso:** Lograr que el equipo de trabajo cumpla eficientemente las tareas asignadas, poniendo en práctica sus conocimientos y habilidades, permitiendo la entrega y disponibilidad total de su laboriosidad, para alcanzar con entusiasmo y dinamismo los objetivos propuestos.

1.6.2 Principios

- ☞ El crecimiento y éxito de nuestra empresa, se fundamenta en la calidad, puntualidad y competitividad de nuestros productos.
- ☞ El compromiso y trabajo de la empresa se enfoca hacia la satisfacción total del cliente.
- ☞ La innovación tecnológica debe ser permanente en la empresa.
- ☞ El profesionalismo del equipo de trabajo de la empresa son el pilar fundamental de reconocimiento y crecimiento institucional.
- ☞ Actuar con responsabilidad, puntualidad y respeto.

1.7. PyMES EN ECUADOR

1.7.1 Definición de PyMES

“Se conoce como PyMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y

medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- * Comercio al por mayor y al por menor.
- * Agricultura, silvicultura y pesca.
- * Industrias manufactureras.
- * Construcción.
- * Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- * Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- * Servicios comunales, sociales y personales.

Las PyMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.”⁴

A. Fortalezas de las PyMES.⁵

- * Representan el 95% de las unidades productivas
- * Generan el 60% del empleo
- * Participan del 50% de la producción
- * Amplio potencial redistributivo
- * Capacidad de generación de empleo
- * Amplia capacidad de adaptación
- * Flexibilidad frente a los cambios
- * Estructuras empresariales horizontales

B. Debilidades de las PyMES.

- * Insuficiente tecnología para la fabricación de productos.
- * Insuficiente capacitación del talento humano.
- * Insuficiencia de financiamiento.
- * Insuficiente cantidad productiva.
- * Inadecuación procedimientos propios a las normativas de calidad.

⁴ Carlos J. Gelmetti PYMES GLOBALES Estrategias y prácticas para la internalización de empresas pymes 296 p. 2011.

⁵ C. Cleri. Estrategias pymes y cooperación interempresarial. Colección Revista Mercado, 2011

1.7.2 Características de las PyMES.

Al ser una empresa en desarrollo sus principales características consisten:

- * Requieren de exigencias técnicas, de calidad y legales.
- * Escasa capacidad de negociación.
- * Inexistencia de estrategias globales de internacionalización
- * Débiles encadenamientos productivos-materias primas
- * Costos elevados por desperdicio de materia prima.
- * Insuficiente cantidad productiva para exportar.
- * Inadecuación de la maquinaria y procedimientos propios a las normativas de calidad exigidas en empresas grandes.

A. Tratamiento tributario de las PyMES.

Para fines tributarios las PyMES de acuerdo al tipo de RUC que es el Registro Único de Contribuyentes, otorgado por el Servicio de Rentas Internas para distinguir al contribuyente por lo se las divide en:

- ✓ Personas naturales
- ✓ Personas jurídicas

B. De los Órganos de Regulación de las MIPyMES.

Se coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPyMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- * Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero.

- * Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPyMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.
- * Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPyMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector.
- * Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPyMES en el comercio internacional.
- * Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza local, nacional e internacional, en el desarrollo de programas de Código de la Producción emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES.
- * Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPyMES, determinados por la autoridad competente en la materia.
- * Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPyMES.
- * Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPyMES.

1.7.3 Potencialidades de una PyMES.

La pequeña industria ecuatoriana cuenta con un sin número de potencialidades que son poco conocidas y aprovechadas. Principalmente se refieren a:

- * Son factores claves para generar riqueza y empleo

- * Al dinamizar la economía, diluye los problemas y tensiones sociales, mejorar la gobernabilidad.
- * Requiere menores costos de inversión
- * Es el factor clave para dinamizar la economía de regiones y provincias deprimidas
- * Es el sector que mayormente utiliza insumos y materias primas nacionales.
- * Tiene posibilidades de obtener nichos de exportación para bienes no tradicionales generados en el sector
- * El alto valor agregado de su producción contribuye al reparto más equitativo del ingreso
- * Mantiene alta capacidad para proveer bienes y servicios a la gran industria (subcontratación).
- * Es flexible para asociarse y enfrentar exigencias del mercado.

1.7.4 Aspectos legales de una PyMES

A. Generales:

- * El gobierno con la participación del sector público y privado, y de la sociedad civil, debe definir la visión del país a largo plazo
- * Diseñar una estrategia concertada para reactivar la economía.

B. Políticas Sectoriales:

- * Fortalecer la competitividad y productividad mediante la aplicación de medios para facilitar el acceso al crédito, mejorar la calidad de los programas de capacitación de los recursos humanos, impulsar el desarrollo de nuevas tecnologías, y mejorar el marco jurídico.
- * Impulsar el incremento y diversificación la oferta exportable
- * Fortalecer a los sectores productivos más vulnerables como son las PyMES, las microempresas, etc.
- * Dar el apoyo a la institucionalización de la normalización y calidad de los productos.
- * Diseñar y aplicar políticas para el financiamiento de la producción de la pequeña industria.

C. Conflictos externos en el desarrollo de una PyMES.

El dilatado proceso para obtener un “permiso previo de importación”, obstaculiza, eleva los costos y desmotiva a que los pequeños industriales realicen inversiones para ampliar su producción hacia mercados externos.

Las normas sanitarias y las exageradas normas de calidad que tiene que cumplir un pequeño industria para exportar y los trámites burocráticos alrededor de ellos, constituyen aspectos que son muy difíciles superarlos.

En muchos casos es evidente el incumplimiento de los compromisos de integración, lo que da un descrédito a los acuerdos comerciales de carácter bilateral y multilateral, ante lo cual se hace notorio el escepticismo de producir para exportar.

Otras de las dificultades es que los medios de transporte terrestre, aéreo, marítimo, y de comunicación, hasta ahora no operan con calidad y cobertura, lo que entorpece el contacto y la información diaria que deben tener las empresas para concretar sus negocios.

D. Conflictos internos en el desarrollo de una PyMES:

Concomitantemente se dan dificultades internas para facilitar un buen clima de producción y negocios internacionales. Entre otros, se menciona a los siguientes:

- * Inestabilidad política en los poderes del Estado.
- * Pronunciada crisis económica que no puede ser superada.
- * Conflictos sociales constantes y falta de diálogo permanente para superarlos.
- * Existe un marco legal que se cambia según los intereses de los grupos de poder económico y político.
- * Los capitales privados han sufrido una serie de atropellos y confiscaciones que ha creado una total desconfianza en el sistema financiero.
- * La crisis del sistema financiero aún no logra ser superada lo cual dificulta la recuperación del sector productivo, con un crédito bastante limitado.

- * El contrabando constituye una práctica común y de difícil superación, que da lugar a que la pequeña industria opere en un medio de un clima de competencia desleal.
- * Las políticas gubernamentales para promover las exportaciones, además de ser poco efectivas, estas no se han cumplido en un ciento por ciento.

E. Ventajas de una PyMES.

- * Recursos sin explotar y útiles
- * Mano de obra hábil y aún barata
- * Posibilidades de sustituir importaciones
- * Aplicación de Regímenes Aduaneros Especiales
- * Optar por el Mercado Andino para productos industriales con ventajas competitivas y comparativas
- * Movilizar la capacidad de acción de los gremios
- * Acudir al apoyo de la CORPEI

Para entrar en un proceso sostenido de participación de las pequeñas industrias en el comercio internacional, se deben emprender en acciones conjuntas entre gobierno, gremios y empresarios, encaminadas a:

- * Intensivos programas de capacitación en administración.
- * Las empresas deben entrar en un mejoramiento continuo de la calidad, para lo cual se requiere el apoyo del gobierno y la asistencia técnica de la cooperación internacional
- * Negociar con proveedores confiables, que aseguren la entrega de materias primas e insumos de calidad y a tiempo
- * Cumplir con las normas de producción limpia, esto da seguridad en el acceso a mercados internacionales
- * Las empresas deben trabajar con una producción especializada, esto asegura eficiencia, calidad y competitividad.
- * Deben procurar la asociación con otras empresas afines y complementarias, esto dará más certeza en el cumplimiento de las cantidades, normas y tiempos de exportación.

- * Utilizar canales de distribución reconocidos y confiables
- * Utilizar el internet para las ventas
- * Hacer un trabajo de calidad y a tiempo.

1.7.5 La Industria Textil de la PyMES.

A. Historia y Actualidad

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos.

Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar.

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente.

1.7.6 Las PyMES de la industria textil ecuatoriana con la mira puesta en el exterior.

Por regla general, las empresas textiles ecuatorianas concentraron la mayor parte de sus ventas en el mercado local, aunque siempre ha existido vocación exportadora. A partir de la década de los 90, las exportaciones textiles fueron incrementándose, salvo por algunas caídas en los años 1998 y 1999.

En el año 2000, momento en el que Ecuador adoptó la dolarización, se produce un incremento de las exportaciones del 8,14% con relación a las de 1999, lo que marca una tendencia que empezó a ser normal durante este nuevo milenio; únicamente en el 2002 se produce una disminución de las exportaciones textiles, rápidamente recuperada en los siguientes dos años, llegando a exportar cerca de 90 millones de dólares en el 2004, superando el pico más alto en los últimos 10 años (1997 – 82 millones de dólares exportados).

Consientes que el desarrollo del sector está directamente relacionado con las exportaciones, los industriales textiles han invertido en la adquisición de nueva maquinaria que les permita ser más competitivos frente a una economía globalizada.

Así mismo, las empresas invierten en programas de capacitación para el personal de las plantas, con el afán de incrementar los niveles de eficiencia y productividad; la intención es mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional.

Lógicamente este esfuerzo para ser competitivos debe ser compartido. El requerimiento de la industria es que el costo país disminuya hasta llegar al menos a los niveles de la región, especialmente en lo que respecta al costo laboral, de energía eléctrica, las tarifas en telecomunicaciones y los fletes del transporte de carga, que son algunos de los principales rubros que afectan los costos de producción de la industria textil. Así mismo, se requiere un régimen laboral flexible y una Aduana que facilite el comercio exterior, que erradique el contrabando y que sea incorruptible.

No obstante, otro factor fundamental para seguir creciendo nuestra participación en el mercado externo, es que el Gobierno Nacional negocie acuerdos comerciales con los países que demandan nuestra producción y que ofertan lo que requerimos. Entre los países o bloques económicos más importantes comercialmente hablando se encuentran Estados Unidos, la Unión Europea, Venezuela, México, Canadá y Centroamérica; por tanto, el Ecuador debe procurar acuerdos con estas naciones que garanticen a nuestros productos un acceso preferencial a sus mercados a largo plazo, enmarcados en una normativa que clara que genera un ambiente de certidumbre y seguridad para los negocios y las inversiones.

Nuestra intención es fortalecer los lazos comerciales con los países Andinos, pero ampliar nuestras exportaciones a otras latitudes para poco a poco llegar a más países latinoamericanos y europeos. Todo esto contribuirá con el objetivo principal de nuestro sector que es la generación de empleo digno para los ecuatorianos.

A. CONTRABANDO

“Este método de comercio, indiscutiblemente ilegal, ha existido por siempre y desde siempre, y ha sido el origen de grandes fortunas a nivel mundial. Por desgracia Ecuador no podía estar al margen de este mal y muchos comerciantes inescrupulosos han optado por esta vía para traer mercancías al país.

Según un estudio realizado por la AITE, el contrabando textil se sitúa entre 150 y 200 millones de dólares al año, sin considerar lo que se introduce ilegalmente por las fronteras con Perú y Colombia, de cuyos ingresos no existe registro alguno. Una modalidad utilizada con mucha frecuencia para cometer este acto ilegal es la subfacturación de importaciones, así como la falsa clasificación arancelaria de las mismas.

Este negocio fue alentado históricamente por la ineficiencia y corrupción existente en las Aduana del país, y por la falta de una vigilancia exhaustiva en los mercados. No obstante, la Administración Aduanera actual está empeñada

en dar un giro radical en el control aduanero, y los resultado de esta decisión se han podido sentir especialmente a partir del segundo semestre del 2007.

Es por eso que se requiere con urgencia el fortalecimiento de la Corporación Aduanera Ecuatoriana, para que intensifique los controles en las fronteras del país, y también para que pueda realizar control posterior a la desaduanización de las mercancías.

Este control posterior, también llamado vigilancia de mercados, es la forma moderna y más efectiva de verificar el cumplimiento de la Ley aduanera y tributaria por parte de los agentes económicos, es decir, de quienes fabrican o comercian productos. Otra de las normas obligatorias cuyo cumplimiento puede ser verificado con esta vigilancia es el Reglamento de Etiquetado y Rotulado Textil (RTE INEN 013:2006).

La solución está en manos del Gobierno Nacional y del sector privado. La AITE tiene el mandado unánime de sus afiliados de contribuir en este proceso de mejoramiento en el control, para lograr la erradicación de las prácticas ilegales de producción y comercio que afectan a los trabajadores de nuestras empresas y al fisco”.⁶

1.8 Producción de camisetas de algodón en Ecuador

“Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.”

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a

⁶ N. Braidot y E. Soto. Las Pymes Latinoamericanas. Ediciones IFEMA. BS. AS. 2000.

esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas. La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente. Las empresas textiles ecuatorianas concentraron la mayor parte de sus ventas en el mercado local, aunque siempre ha existido vocación exportadora. A partir de la década de los 90, las exportaciones textiles fueron incrementándose, salvo por algunas caídas en los años 1998 y 1999. En el año 2000, momento en el que Ecuador adoptó la dolarización, se produce un incremento de las exportaciones del 8,14% con relación a las de 1999, lo que marca una tendencia que empezó a ser normal durante este nuevo milenio; únicamente en el 2002 se produce una disminución de las exportaciones textiles, rápidamente recuperada en los siguientes dos años, llegando a exportar cerca de 90 millones de dólares en el 2004, superando el pico más alto en los últimos 10 años (1997 – 82 millones de dólares exportados). Consientes que el desarrollo del sector está directamente relacionado con las exportaciones, los industriales textiles han invertido en la adquisición de nueva maquinaria que les permita ser más competitivos frente a una economía globalizada. Así mismo, las empresas invierten en programas de capacitación para el personal de las plantas, con el afán de incrementar los niveles de eficiencia y productividad; la intención es mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional.

El requerimiento de la industria es que el costo país disminuya hasta llegar al menos a los niveles de la región, especialmente en lo que respecta al costo laboral, de energía eléctrica, las tarifas en telecomunicaciones y los fletes del transporte de carga, que son algunos de los principales rubros que afectan los costos de producción de la industria textil. Así mismo, se requiere un régimen laboral flexible y una Aduana que facilite el comercio exterior, que erradique el contrabando y que sea incorruptible. No obstante, otro factor fundamental para seguir creciendo nuestra participación en el mercado externo, es que el Gobierno Nacional negocie acuerdos comerciales con los países que

demandan nuestra producción y que ofertan lo que requerimos. Entre los países o bloques económicos más importantes comercialmente hablando se encuentran Estados Unidos, la Unión Europea, Venezuela, México, Canadá y Centroamérica; por tanto, el Ecuador debe procurar acuerdos con estas naciones que garanticen a nuestros productos un acceso preferencial a sus mercados a largo plazo, enmarcados en una normativa que clara que genera un ambiente de certidumbre y seguridad para los negocios y las inversiones. Nuestra intención es fortalecer los lazos comerciales con los países Andinos, pero ampliar nuestras exportaciones a otras latitudes para poco a poco llegar a más países latinoamericanos y europeos. Todo esto contribuirá con el objetivo principal de nuestro sector que es la generación de empleo digno para los ecuatorianos”.⁷

TABLA Nº 1:

*** Exportaciones ecuatorianas de la Industria Textilera del Ecuador.**

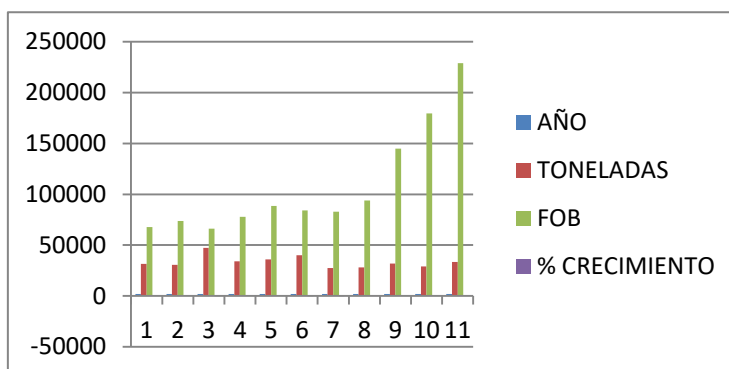
EXPORTACIONES TOTALES 2000-2010			
AÑO	TONELADAS	FOB	% CRECIMIENTO
2000	31653,26	67802,09	
2001	30708,28	73668,03	8,5
2002	47340,68	66034,68	-10,24
2003	34146,78	77878,09	17,94
2004	35859,5	88603,07	13,77
2005	40048,37	84250,71	-4,91
2006	27327,09	82811,48	-1,71
2007	28208,93	93909,38	13,5
2008	31870,43	144984,46	54,26
2009	28932,12	179681,16	23,93
2010	33550,97	228980,8	27,44

FUENTE: Asociación de industrias textilera del Ecuador

ELABORADO POR: Las Autoras

⁷ www.dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1426/.../CAPITULO%201

GRÁFICO Nº 1:



FUENTE: Asociación de Industrias Textilera del Ecuador

ELABORADO POR: Las Autoras

*** Subpartida Arancelaria:**

*Es importante mencionar que una Subpartida arancelaria abarca muchos productos, consecuentemente las estadísticas provistas en esta ficha de primer nivel reflejan el universo de estos productos. La autoridad competente para el proceso de clasificación arancelaria es el SENA. Ponemos en vuestro conocimiento información de contacto del Servicio de atención al usuario del SENA: 04-2-480 640 ext. 1800 -1802

*** Producto camisetas de algodón para hombre:**

TABLA Nº 2:

SUBPARTIDA ARANCELARIA SUGERIDA: 6205.20

Sección XI :	MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS
Capítulo 62 :	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto
Partida Sist. Armonizado 6205 :	Camisas para hombres o niños
Subpartida Sist. Armoniz. :	
Subpartida Regional 62052000 : -	De algodón

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)

Elaborado por: Las Autoras

TABLA N° 3:

Principales 10 destinos de exportación del Ecuador de camisas para hombres o niños correspondiente a la Subpartida 6205.

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCIÓN NANDINA	PAÍS	TONELADAS	FOB – DÓLAR
6205200000	DE ALGODÓN	ESTADOS UNIDOS	11.06	108.7
		ESPAÑA	15.96	97.33
		CHILE	14.32	82.44
		ARGENTINA	1.67	80.64
		COLOMBIA	2.38	71.29
		FRANCIA	7.46	66.51
		PANAMÁ	8.6	65.17
		MÉXICO	7.13	50.44
		PORTUGAL	9.25	40.28
		VENEZUELA	1.56	30.78

FUENTE: Bco. Central del Ecuador

ELABORADO POR: Las autoras

*** Producto camisetas de algodón para mujeres:**

TABLA N° 4:

Partida Arancelaria Sugerida: 62.06.30

Sección XI :	Materias textiles y sus manufacturas
Capítulo 62 :	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto
Partida Sist. Armonizado 6206 :	Camisas, blusas y blusas camiseras para mujeres o niñas
Subpartida Sist. Armoniz. :	
Subpartida Regional 62063000 :	De algodón

FUENTE: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)

ELABORADO POR: Las Autoras

TABLA N° 5:

Principales destinos de exportación de Ecuador de camisas, blusas y blusas camiseras para mujeres o niñas correspondiente a la partida 62.06.30

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCIÓN NANDINA	PAÍS	TONELADAS	FOB – DÓLAR
6206300000	DE ALGODÓN	ESTADOS UNIDOS	8.36	151.5
		MEXICO	18.44	119.73
		CANADA	2.38	56.77
		COSTA RICA	1.85	40.9
		CHILE	3.07	40.72
		COLOMBIA	0.93	37.85
		ESPAÑA	3.45	15.02
		PERU	0.43	14.78
		JAPON	1.72	12.28
		BRASIL	0.97	11.74

FUENTE: Banco Central de Ecuador

ELABORADO POR: Las Autoras

1.9. Proceso de producción de camisetas de algodón

El algodón es una fibra vegetal natural de gran importancia económica como materia prima para la fabricación de tejidos y prendas de vestir.

La generalización de su uso se debe sobre todo a la facilidad con que la fibra se puede trenzar en hilos. La resistencia, la absorbencia y la facilidad con que se lava y se tiñe también contribuyen a que el algodón se preste a la elaboración de géneros textiles muy variados.

Para Obtener una camiseta T-shirt 100% algodón se requiere una serie de procesos para convertir el algodón en una prenda de vestir, dentro de estos encontramos:

- * **HILANDERÍA:** En este proceso el Algodón tomado desde los cultivos es estirado y convertido en hilo en diferentes calibre y terminaciones según las necesidades, dentro de estos Hilo Open-End, Hilo Cardado, Hilo Peinado entre otros.

- * **TEJEDURÍA:** En este proceso este hilo Obtenido en ese tejido y convertido la tela en sus diferentes densidades, según las necesidades.
- * **TINTOTERIA Y ACABADOS:** En este proceso la tela obtenida es teñida, además en este proceso se le dan Acabados de apariencia, textura y color entre otros.
- * **CORTE:** En este proceso la tela es cortada y en ella se plasma las diferentes piezas que conforman la prenda.
- * **CONFECCIÓN:** En este proceso las piezas obtenidas en el proceso de corte son ensambladas en un orden definido y a través de métodos de operación establecidos.

FIGURA Nº 3:

PROCESO DE PRODUCCIÓN DE ALGODÓN

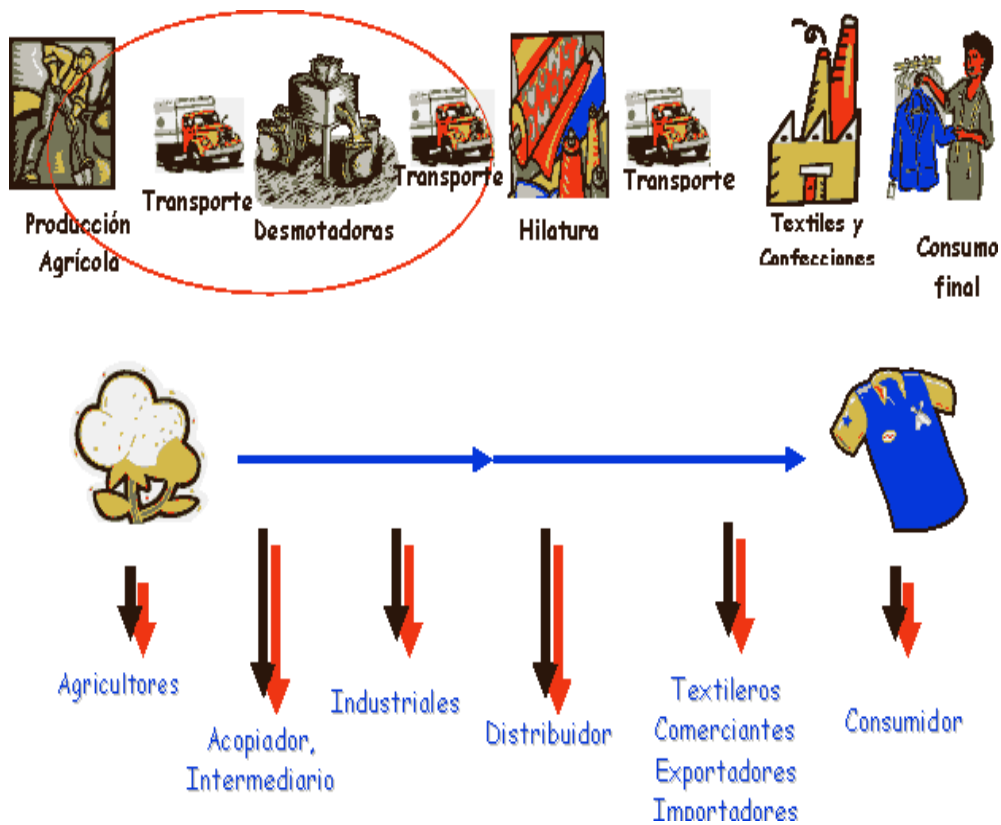


FUENTE: <http://www.eluniverso.com/2012/07/14/1/1416/manabi-maiceros-deciden-cambiarse-cultivo-algodon.html>

ELABORADO POR: Diario el universo

FIGURA Nº 4:

PROCESO DE CAMISETA DE 100% ALGODÓN.

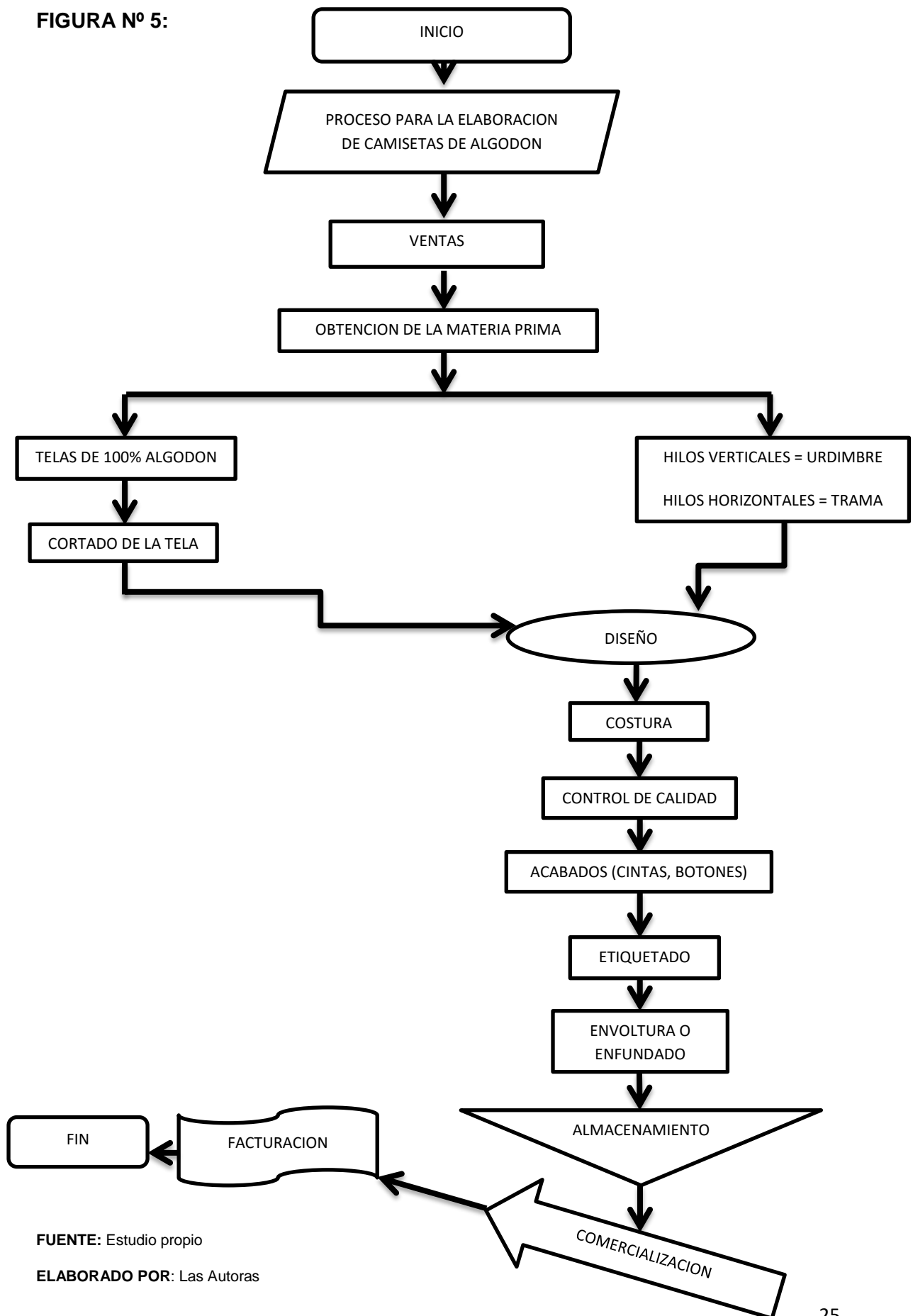


FUENTE: http://www.agroancash.gob.pe/public/dpa/imagen/cadena_algodon.png

ELABORADO POR: Agroancash

DIAGRAMA DEL FLUJO DEL PROCESO ELABORACION DE CAMISETAS

FIGURA Nº 5:



FUENTE: Estudio propio

ELABORADO POR: Las Autoras

1.10. Costos de producción:

Los costos en los cuales se incurrirá para la elaboración de las camisetas de algodón están relacionados a:

- * Costo de la materia prima
- * Costos de materiales directos
- * Costos de mano de obra directa
- * Costos fijos

El Costo de la materia prima incluye todos los insumos necesarios para elaborar el producto, en el caso de las camisetas de algodón, cuyo costo se mostrara por unidades.

El costo de los materiales directos, comprende el costo de la tela 100% Cotton, es decir la materia prima que se necesitan para la elaboración de las camisetas.

El costo de la mano de obra directa está en relación al salario que percibirán los trabajadores quienes están directamente vinculados con la producción de las camisetas de algodón, siendo en este caso únicamente los obreros.

Por último, los costos fijos que son aquellos que permanecen constantes y no varían de acuerdo a las fluctuaciones de los volúmenes de producción, incluyen los sueldos que percibirán los trabajadores que no se encuentren en contacto directo con el proceso de producción, tales como el supervisor de planta y el jefe de mantenimiento; así también representa un costo fijo el costo de los servicios básicos de la planta como la energía eléctrica y el agua.

- * **MATERIA PRIMA:** Son los bienes que pasan mediante procesos de transformación, a formar parte del producto terminado, en este caso comprende la tela que son los componentes para elaborar nuestro producto final en este caso las camisetas de algodón.

TABLA N° 6:

COSTOS DE PRODUCCION					
Nº	CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Tela	4000	metros	6,00	24.000,00

FUENTE: Estudio Propio

ELABORADO POR: Las Autoras

- **MATERIALES INDIRECTOS:** forman parte auxiliar en la presentación del producto terminado sin ser productos en sí, inclusive el costo de algunos servicios básicos necesarios para la elaboración del producto.

TABLA 7:

PRESUPUESTO COSTO INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
Nº	CONCEPTO	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Cajas de Cartón	0,15	450,00
2	Estampado Logo	0,02	60,00
3	Hilos	0,10	300,00
4	Servicios Básicos	1,38	4.140,00
TOTAL		1,65	4.950,00

FUENTE: Estudio Propio

ELABORADO POR: Las Autoras

- **MANO DE OBRA INDIRECTA:** es la necesaria en el área de producción que no interviene directamente en la transformación de la materia prima. Por ejemplo: personal de supervisión, jefes de turno, personal de control de calidad. Puede que inicialmente se tenga un personal reducido, pero sin embargo para este caso el llegar a tener una demanda tal que implique el cambio del sistema productivo artesanal a industrial.
- **COSTOS DE ADMINISTRACIÓN:** estos por su parte realizan las funciones de conducción general inclusive de apoyo financiero y administrativo de los procesos productivos. Entre ellos se encuentran:

TABLA Nº 8:

PRESUPUESTO PERSONAL ADMINISTRATIVO								
CARGO	SUELDO	ANUAL	IESS PATRONAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	MENSUAL	ANUAL
Comercialización	750	9000	70,13	62,50	24,4	31,25	798,03	9.576,30
Contadora	500	6000	46,75	41,67	24,4	20,83	540,15	6.481,80
Tramites de Exportacion	450	5400	42,08	37,50	24,4	18,75	488,58	5.862,90
TOTAL	1.700,00	20.400,00	158,95	141,67	73,20	70,83	1.826,75	21.921,00

FUENTE: Estudio Propio**ELABORADO POR:** Las Autoras**TABLA Nº 9:****CÁLCULO DEL PRECIO DE VENTA**

DETALLE	Kg	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Valor total	300		
1kg son 5 camisetas de algodón		14,96	74,80
Costo de Exportación			21,01
Puesto en el Puerto de Origen			95,81
Precio de cada Camiseta			19,16
Utilidad estimada 25%			4,79
Precio de Venta			23,95

FUENTE: Estudio Propio**ELABORADO POR:** Las Autoras

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

Es decir que al Estudio de Mercado se le puede considerar como la parte sustancial del proyecto, es un estudio importante y complejo que debemos realizarlo. Se debe centrar la atención al consumidor y la cantidad de producto que éste demandará, se tendrán que analizar los mercados, proveedores, competidores y distribuidores, e incluso las condiciones de mercados externos que nos permitirá introducir nuestro producto al mercado mexicano.

Un trabajo apropiado en esta parte permitirá desarrollar eficientemente todos los demás estudios; técnico, logística y comercialización del producto, y la evaluación financiera del proyecto. De ahí la importancia que se le debe dar y que de hecho tiene en todo sentido el estudio de Mercado dentro de este proyecto, para que sea de utilidad para la empresa de modas KEMWEK.



2.1. Diagnóstico externo país México⁸



A. Vista Panorámica:

Los Estados Unidos Mexicanos están ubicados al sur de Norteamérica y se extienden hasta el istmo centroamericano. Su territorio abarca los 1,964,375 km² y limita al norte con los Estados Unidos de América, al sur con Guatemala y Belice, al este con el Golfo de México y el Mar de las Antillas, y al oeste con el Océano Pacífico¹.

El territorio mexicano cuenta con varias elevaciones, con llanuras costeras y altas mesetas interiores.

Las 2 cordilleras más importantes cruzan gran parte del país y entre ellas está ubicada la meseta centro-occidental, que constituyen alrededor de las tres cuartas partes de la superficie de México, esta meseta tiene una altura de 1,200 a 2,400 metros y se extiende más de 2,000km hacia el noroeste y sudeste.

El clima en el sur de México es en general tropical con épocas lluviosas y épocas secas. Ciudad de México permanece templado durante todo el año; temperatura promedio de 20°C durante el día (septiembre a marzo) y de 30° entre abril y mayo; lluvias principalmente entre junio y septiembre.

B. Demografía y Sociedad:

* **Población, etnias, densidad demográfica y tasas de crecimiento.**

Población México: 114,975, 406 (julio 2011)

Etnias: (Jul. 2011, estimado)

⁸FUENTE: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2088.html>

- * Mestizos: 60%.
- * Amerindios: 30%.
- * Europeos: 9%.
- * Otras etnias: 1%.

Existen en México más de 60 grupos étnicos y lingüísticos de los cuales se destacan: náhuatl, mayas, mixtecas y zapotecas, que se encuentran ubicados mayormente en el sur y sudeste de México.

- * Tasa media de crecimiento anual de la población, 2010: 1.12 %
- * Densidad de población, 2008: 54.3 Habitantes/km²
- * Tasa bruta de natalidad, 2010: 19.4 % (nacidos vivos por mil habitantes)

C. Idiomas:

Español sólo 92,7%, español y lenguas indígenas del 5,7%, indígena sólo el 0,8%, sin especificar 0,8%, los idiomas indígenas son varios maya, náhuatl y otras lenguas regionales (2005).

D. Religiones:

Católica romana 76,5%,% protestante 5,2 (Pentecostal 1,4%, otros 3,8%), los Testigos de Jehová 1,1%, otros 0,3%, 13,8% sin especificar, ninguno 3.1% (censo 2000).

E. Huso horario:

El huso horario de México varía por su dimensión desde el Pacífico que es en Hermosillo GMT -7 es decir 2 horas menos que en Ecuador, mientras que en la Capital México DF es la misma hora que en Ecuador, igual que en Veracruz y Puerto Vallarta es decir GMT -5 .

F. Clima:

Tiene estaciones climáticas muy marcadas: entre octubre y febrero es otoño e invierno; y entre marzo y septiembre es primavera y verano. Uno de los problemas climáticos más serios que afronta México es que aproximadamente

el 50% de la superficie territorial tiene clima seco y semiseco, lo que genera una falta de agua, principalmente en la zona norte del país. En el sur es en general de clima tropical con épocas lluviosas y épocas secas. Ciudad de México permanece templado durante todo el año; temperatura promedio de 20° durante el día (septiembre a marzo) y de 30° entre abril y mayo; lluvias principalmente entre junio y septiembre.

TABLA N° 10:

CALENDARIO CLIMATOLÓGICO

CLIMA MEXICO													
TEMPERATURAS	UNID. MEDIDA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Promedio	c	13.4	14.7	17	18.2	18.8	17.4	16.2	16.4	16.3	15.5	14.9	13.5
Maxima	c	21.3	22.9	25.4	26.5	26.6	24.7	23.2	23.4	22.9	22.6	22.2	21.3
Minima	c	6.5	7.4	9.7	11.3	12.2	12.5	11.8	11.9	10.9	10.4	8.4	7.2
Presipitacion mensual	mm	9	9	13	27	58	157	183	173	144	61	6	8
Humedad diaria maxima	%	93	90	89	89	92	95	96	96	96	96	93	94
Humedad diaria minima	%	18	17	14	16	18	23	32	39	34	28	21	22

FUENTE: Climate Charts.com
ELABORADO POR: Las Autoras

TABLA N° 11:

G. Principales ciudades de México

PRINCIPALES CIUDADES DE MÉXICO	POBLACIÓN
México, Distrito Federal	8,560,994
Ecatepec, México	1,997,036
Tijuana, Baja California	1,659,872
Juárez, Chihuahua	1,633,189
Guadalajara, Jalisco	1,593,093
Puebla, Puebla	1,506,849
León, Guanajuato	1,222,239
Nezahualcóyotl, México	1,222,239
Monterrey, Nuevo León	1,108,519
Zapopan, Jalisco	1,083,112

FUENTE: Wornteld Gazetteer.com
ELABORACIÓN: Unidad de Inteligencia Comercial, DPE

H. Características de la Población:

- * Población urbana: 78% de la población total (2010)
- * Tasa de urbanización: 1,2% Tasa anual de cambio (2010-15)

La ciudad de México es la segunda aglomeración urbana más grande en el hemisferio occidental, después de Sao Paulo (Brasil), pero antes de que Nueva York-Newark (EE.UU.)



TABLA Nº 12:

I. Población por edades y sexo.

POBLACIÓN POR EDADES Y SEXO			
Edades	Hombre	Mujer	Participación Total
0-14 años	16,544,223	15,861,141	29.10%
15-64 años	34,734,571	37,129,793	64.60%
65 años en adelante	3,130,518	3,811,543	6.20%

FUENTE: The World Factbook 2010. The Central Intelligence Agency

ELABORADO POR: Unidad de Inteligencia Comercial,
DPE

F. Remesas:

“Las remesas, contribuciones enviadas por los mexicanos que trabajan en el extranjero, la mayoría en los Estados Unidos, a sus familias en México son una fuente substancial y creciente de la economía mexicana, estimadas en 18.000 millones de USD en el 2005, siendo así el tercer país que más remesas percibe, tan solo superado por India y China. En el 2004 ya se habían convertido en la segunda fuente de ingreso extranjero después de las ventas de exportaciones de petróleo, equivalentes a la misma cantidad que entró de inversión extranjera directa (IED), y superior a los ingresos derivados del

turismo, representando el 2,5% del PIB nacional. El crecimiento de las remesas ha sido acelerado: se han duplicado desde 1997. Se registraron más de 41 millones de transacciones de remesas el 2003, de las cuales el 86% se hicieron de manera electrónica.

Se estima que la mitad o más de los inmigrantes mexicanos a los Estados Unidos no son legales, y no tienen acceso a los canales formales de transferencia usualmente bloqueados para los inmigrantes legales ya que no cuentan con documentos de identificación aprobados.

El gobierno mexicano, consciente de la rentabilidad económica de los trabajadores inmigrantes, creó la Matrícula Consular de Alta Seguridad (MCAS), un documento de identidad que emiten los consulados mexicanos. Este documento ya se acepta como carnet de identificación en 32 estados norteamericanos, y en miles de agencias policíacas, cientos de ciudades y condados, así como por varias instituciones bancarias.

Los principales estados receptores de remesas en el 2004 fueron Michoacán, Guanajuato, Jalisco, México y Puebla, los cuales capturaron en conjunto el 45% del total de las remesas de ese año. Diversos gobiernos estatales, con el apoyo del gobierno federal, han implementado programas que utilizan parte de las remesas que contribuyen voluntariamente las familias receptoras para financiar obras públicas. Este programa, denominado *Dos por Uno* está diseñado para que por cada peso que contribuyan voluntariamente las familias de los migrantes, el estado y el gobierno federal pongan dos pesos para la construcción de infraestructura en sus comunidades.

En 2011 México fue uno de los principales destinos junto con Colombia y los países Centroamérica. En México estos flujos totalizaron 22.7 mil millones de dólares, y en 2010 totalizó 21.2 mil millones.”⁹

⁹ www.ciaaworldthemundo.factbook.com

2.2. Diagnóstico Interno ciudad México Distrito Federal

“La Ciudad de México, Distrito Federal, o en su forma abreviada México, D. F., es la capital y sede de los poderes federales de los Estados Unidos Mexicanos.⁹ Se trata de una entidad federativa de México que no forma parte de los 31 estados mexicanos, pero pertenece a la Federación, que en conjunto conforman las 32 entidades federativas de la nación. La Ciudad de México es el núcleo urbano más grande del país, así como el principal centro político, académico, turístico, económico, financiero, empresarial y cultural.

La Ciudad de México tiene un PIB de 470,000 millones de dólares, lo que la convierte en la séptima ciudad más rica del mundo. De ser considerada un país, la ciudad ocuparía el puesto número veintiséis en los países más ricos del mundo. En el 2008, la Ciudad de México aportó el 34% del PIB nacional total. Catalogada como ciudad global, la Ciudad de México es uno de los centros financieros y culturales más importantes de América. El crecimiento de la ciudad es uno de los más veloces a nivel global, y se espera que su economía se triplique para el año 2020.

La Ciudad de México se encuentra en el Valle de México, una gran cuenca en la alta meseta del centro de México, a una altitud de 2,240 metros y tiene una superficie de 1,485 kilómetros cuadrados, dividida en dieciséis delegaciones.

La población de la capital es de alrededor de 8.8 millones de habitantes, de acuerdo con la definición acordada por el gobierno federal y estatal, la capital en conjunto con su área conurbada (Zona Metropolitana del Valle de México) suman más de 21 millones de habitantes, lo que la convierte en la tercera aglomeración urbana más grande del mundo, en la más grande del continente americano y la ciudad Hispano-Hablante más poblada de la tierra.

Bandera y Escudo de México Distrito Federal, respectivamente.



A. Ubicación:

La ciudad de México está construida sobre un lago salado y en una depresión, lo que determina que esta sea una ciudad húmeda y con muy mala ventilación. La contaminación en la ciudad es muy alta. Los barrios de chabolas están situados en los peores sitios de la ciudad, y en los más alejados del centro. Estos barrios aparecen de la noche a la mañana contruidos por «paracaidistas». La inmigración a México D. F. es muy intensa. Proviene de las regiones pobres del país y se instalan ilegalmente en la capital. Pero no sólo es México D. F. la que absorbe la emigración, sino que también hay una fuerte corriente migratoria hacia Estados Unidos. Esta emigración ilegal cruza la frontera por el río Bravo.

B. Geografía:

La Ciudad de México se encuentra en el Valle de México, a veces llamada la Cuenca de México. Este valle está situado en el Trans-mexicano cinturón volcánico situado en las altas mesetas del centro de México. Tiene una altitud mínima de 2200 metros sobre el nivel del mar y rodeado de montañas y volcanes que alcanzan elevaciones de más de 5000 metros”.¹⁰

C. Internacionalmente:

“México es miembro observador del Mercosur y ha mostrado su interés en ser miembro asociado del organismo, iniciando negociaciones para establecer un TLC con Brasil, Argentina y Paraguay. Hasta 2007 existían negociaciones para un TLC con Corea del Sur, Singapur y Perú. Recientemente República Dominicana ha expresado su intención de firmar un Tratado de Libre Comercio

¹⁰ [http://enciclopedia.us.es/index.php/M%C3%A9xico_\(Distrito_Federal\)](http://enciclopedia.us.es/index.php/M%C3%A9xico_(Distrito_Federal))

con México.⁸⁶ El parlamento australiano ha mostrado interés en un TLC con México.

D. Acuerdos Regionales

1. Preferencia arancelaria regional (PAR), suscrito el 20 de julio de 1990. México otorga a Argentina y Brasil una preferencia de 20% sobre el nivel de gravámenes aplicable a terceros países; 28% para Cuba, 40% para Ecuador, en su calidad de país de menor desarrollo económico relativo y 48% para Paraguay, por ser país de menor desarrollo y mediterráneo. En contrapartida, México recibe un 20% de preferencia arancelaria por parte de Argentina y Brasil; 12% de Cuba y 8% de Ecuador y Paraguay. Estas preferencias se aplican a todos los productos de las correspondientes tarifas arancelarias, con las siguientes excepciones: 480 fracciones, en el caso de Argentina, Brasil y México; 960 de Cuba y 1,920 de Ecuador y Paraguay.
2. Nóminas de apertura de mercados. México, al igual que los demás países miembros de la Asociación, otorga liberación total para la importación de un pequeño número de productos a favor de los países de menor desarrollo económico relativo, sin recibir ninguna compensación.
3. Acuerdo de Cooperación e Intercambio de Bienes en las Áreas Cultural, Educacional y Científica. México, al igual que los demás países de ALADI, otorga la exención del impuesto de importación a productos como libros, música impresa, cuadros, grabados y otros productos del sector.

TABLA N° 13:
Acuerdos Regionales

Acuerdo	Vigencia	Fecha de publicación en el Diario Oficial
Preferencia arancelaria regional (PAR)	Indefinida	10 de abril de 2000
Acuerdo sobre bienes culturales	31 de diciembre de 2008	30 de marzo de 2000
Nómina de apertura de mercado. (NAM) a favor de Ecuador	Indefinida	23 de agosto de 2000
Nómina de apertura de mercado. (NAM) a favor de Paraguay	Indefinida	23 de agosto de 2000

FUENTE: http://200.77.231.70/swb/work/models/economia/Resource/426/1/images/mexico_aladi.htm

ELABORADO POR: Las Autoras.

B. Acuerdos de alcance parcial

México tiene suscritos acuerdos bilaterales con Argentina, Brasil, Cuba, Ecuador, Paraguay y Perú. En ellos, se otorgan y reciben preferencias arancelarias y no arancelarias para un limitado grupo de productos de varios sectores. Con Bolivia, con Chile, con Colombia y Venezuela y con Uruguay, se tienen tratados de libre comercio. Asimismo, México ha concertado acuerdos de Complementación Económica con MERCOSUR. Con base en el artículo 25 del Tratado de Montevideo 1980, que autoriza a los países miembros de ALADI para celebrar Acuerdos de Alcance Parcial con otros países latinoamericanos, siempre y cuando las concesiones que se otorguen se extiendan a los países de menor desarrollo económico de la Asociación, México tiene un acuerdo de este tipo con Panamá. En él, se otorgan concesiones arancelarias para un pequeño grupo de productos de interés de ese país, sin recibir compensación.”¹¹

¹¹ Examen de las Políticas Comerciales, Organización Mundial del Comercio

TABLA N° 14:

Acuerdos de complementación económica

Acuerdo	Vigencia	Fecha de publicación en el Diario Oficial
México–Mercosur(Acuerdo Marco) ACE 54. El objetivo del ACE 54 es la creación de un área de libre comercio entre México y Mercosur mediante negociaciones bilaterales o multilaterales. En ese sentido, comprende los acuerdos, celebrados o que se celebren entre México y Mercosur, así como los bilaterales de nuestro país con los miembros del bloque.	De conformidad con sus disposiciones el ACE 54 entrará en vigor 30 días después de que todas las Partes comuniquen a la Secretaría General de la ALADI, el cumplimiento de los requisitos jurídicos internos. A la fecha lo han hecho México, Argentina, Brasil y Uruguay. Falta por tanto Paraguay. Una vez hecho su vigencia será indefinida.	13 de mayo 2003
México - Mercosur(Sector Automotor) ACE 55. El objetivo del ACE 55 es sentar las bases para el establecimiento del libre comercio en el sector automotor entre México y los países miembros de Mercosur en el que se negociaron cupos anuales bilaterales para la importación de automóviles libre de aranceles entre México y Argentina (Apéndice I), México y Brasil (Apéndice II), México y Uruguay (Apéndice IV), Está pendiente la negociación entre México y Paraguay. Primer Protocolo Adicional al Apéndice I entre México y Argentina. Primer Protocolo Adicional al Apéndice IV entre México y	A partir del 1de enero de 2003 y hasta que sea sustituido por un acuerdo entre México y Mercosur. Vigente a partir del 28 de mayo de 2004. Vigente a partir del 15 de julio 2004.	29 de noviembre de 2002 y 31 de diciembre de 2002. 24 de febrero de 2004 y 27 de marzo de 2004 14 de julio de 2004

Uruguay		
<p>México – Argentina. No. 6</p> <p>ACE 6.</p> <p>El ACE 6 tiene entre sus objetivos intensificar y diversificar el comercio recíproco, contiene preferencias arancelarias para productos de distintos sectores. El acuerdo incluye un Régimen de Solución de Controversias, que entró en vigor el 21 de junio de 2004.</p>	<p>Hasta que sea sustituido por un acuerdo entre México y Mercosur.</p>	<p>19 de abril de 1999; 1° de junio de 2004, 4 de julio de 2001. y 4 de mayo de 2004.</p>
<p>México – Brasil. ACE 53.</p> <p>El ACE 53 tiene entre sus objetivos impulsar el desarrollo de las corrientes de comercio y establece normas y disciplinas para regular las relaciones económicas y comerciales recíprocas.</p> <p>Primer Protocolo Adicional que contiene el Régimen de Solución de Controversias del ACE 53.</p> <p>Segundo Protocolo Adicional sobre el formato de certificado de origen cuando las preferencias estén sujetas a cupos.</p>	<p>A partir del 2 de mayo de 2004 y hasta que sea sustituido por un acuerdo entre México y Mercosur</p>	<p>31 de diciembre de 2002, 2 de abril de 2003.</p> <p>10 de febrero de 2004.</p> <p>2 de mayo de 2003</p>
<p>México – Perú. ACE 8.</p> <p>El ACE 8 tiene entre sus objetivos intensificar las relaciones económicas y comerciales y comprende preferencias arancelarias para la importación de un limitado número de productos, de diversos sectores. Actualmente se ha incorporado al Acuerdo un Régimen de Solución de Controversias y requisitos específicos de origen para las computadoras, mismos que</p>	<p>31 de diciembre de 2005.</p>	<p>3 de septiembre de 2002, 31 de diciembre de 2002, 31 de diciembre de 2003, 24 de septiembre de 2002, 31 de diciembre de 2003, 23 de enero de 2004, 22 de abril de 2004 y 17 de mayo de 2004.</p>

entraron en vigencia a partir 17 de mayo de 2004.		
<p>México – Cuba. ACE 51.</p> <p>A partir de 1999 Cuba es miembro de ALADI y como resultado de ello, el acuerdo de alcance parcial que México tenía suscrito con ese país, al amparo del artículo 25 del Tratado de Montevideo 1980, fue adecuado para suscribir el ACE 51 que tiene entre sus objetivos fortalecer y dinamizar las corrientes de comercio entre las Partes.</p>	Indefinida	13 de febrero de 2001, 20 de septiembre de 2001, 24 de octubre de 2001, 10 de julio de 2002, 4 de octubre de 2002 y 4 de noviembre de 2002.

FUENTE: http://200.77.231.70/swb/work/models/economia/Resource/426/1/images/mexico_aladi.htm

ELABORADO POR: Las Autoras.

TABLA Nº 15:

Acuerdos de alcance parciales (AAP).

Acuerdo	Vigencia	Fecha de publicación en el Diario Oficial
<p>México – Ecuador. AAP 29.</p> <p>Bajo el AAP 29 México y Ecuador se otorgan diversas preferencias arancelarias para un limitado número de productos. La última ampliación incorporó al acuerdo preferencias arancelarias para llantas y algunos productos químicos, que entraron en vigor a partir del 7 de febrero de 2003.</p>	Indefinida	18 de septiembre de 1998, 31 de diciembre de 2002 y 12 de febrero de 2003.

FUENTE: http://200.77.231.70/swb/work/models/economia/Resource/426/1/images/mexico_aladi.htm

ELABORADO POR: Las Autoras.

✎ Estructura de la economía (evolución del PIB; distribución sectorial del PIB; PIB per cápita, Inflación)¹².

¹² The Central Intelligence Agency. The World Factbook 2010.

TABLA N° 16:

PIB:

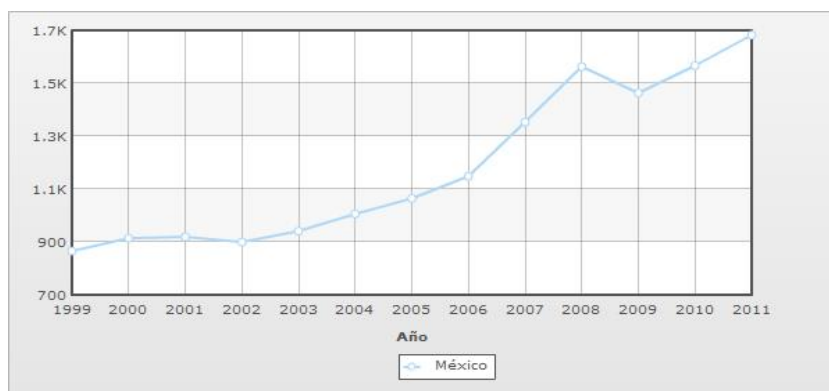
EVOLUCIÓN DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO DE MEXICO				
2008	2009	2010	2011	2012
1,025.58	1,089.88	1.514,00	1.596,00	1.657,00

FUENTE: CIA WORLD FACTBOOK.

ELABORADO POR: Unidad de Inteligencia Comercial, DPE

GRÁFICO 2:

Producto Interno Bruto de México.



FUENTE: <http://www.indexmundi.com>

ELABORADO POR: Las Autoras.

TABLA N° 17:

PIB per cápita:

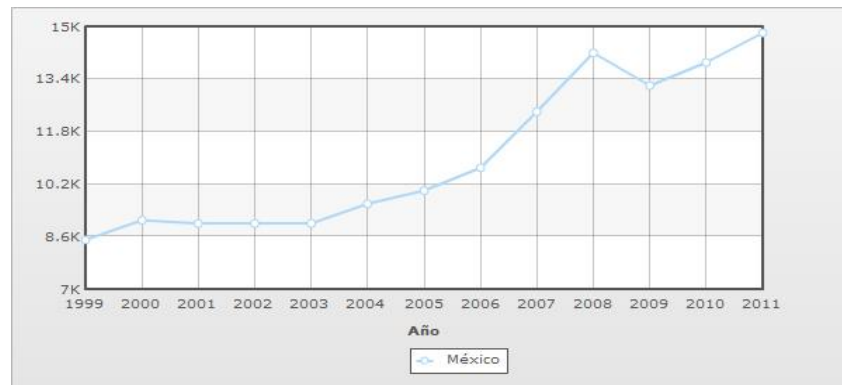
PRODUCTO INTERNO BRUTO per cápita Billones USD		
2009	2010	2011
130.600,00	14.400,00	15.100,00

FUENTE: CIA WORLD FACTBOOK.

ELABORADO POR: Las Autoras.

GRÁFICO N° 3:

PIB per cápita:



FUENTE: <http://www.indexmundi.com>

ELABORADO POR: Las Autoras.

J. Ingreso o consumo por porcentaje:

- ✓ 10% más bajo: 1,5%
- ✓ 10% más rico: 41,4% (2008)

K. Distribución de los ingresos de la familia - índice de Gini:

- ✓ 51.7 (2008)
- ✓ 53.1 (1998)

TABLA N° 18:

Inflación:

INFLACIÓN		
2007	2008	2009
3.97%	5.13%	5.30%

FUENTE: Fondo Monetario Internacional

ELABORADO POR: Unidad de Inteligencia Comercial, DPE

Económica.

“La evolución económica en 2011 muestra un comportamiento diferenciado en dos etapas. La primera, entre enero y junio, con un crecimiento más moderado que el de 2010. A partir de agosto, ha iniciado una segunda etapa caracterizada por la volatilidad financiera y el deterioro de las perspectivas de crecimiento global.

El agravamiento del entorno en cuestión de semanas se explica por el escepticismo de los inversionistas a las medidas de política en países europeos, la crisis de deuda soberana en esa región y la persistencia de los problemas estructurales de Estados Unidos. Como resultado, los pronósticos de crecimiento se han revisado y se prevé que la actividad económica mundial se fortalezca hasta 2013”.¹³

¹³ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadoMEXICANO>

TABLA 19:

Indicadores Macroeconómicos (Comparativo)

INDICADOR	2010	2011 ^{1/}
PIB (mmd) http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/comunicados/pibcorr.asp	882.2	1,039.1
PIB real (D%) http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/comunicados/pibbol.asp	-6.1	5.5
Inflación (%) ^{1/} http://www.banxico.org.mx/portalesEspecializados/inflacion/indicadores.html	3.6	4.4
Tipo de cambio (Peso/dólar) ^{2/} http://www.banxico.org.mx/PortalesEspecializados/tiposCambio/indicadores.htm	13.06	12.36
Exportaciones (mmd) http://www.economia-snci.gob.mx/sphp_pages/estadisticas/cuad_resumen/expmx_e.htm	229.6	298.1
Importaciones (mmd) http://www.economia-snci.gob.mx/sphp_pages/estadisticas/cuad_resumen/impmx_e.htm	234.4	301.5
Inversión Extranjera Directa (mmd) http://www.si-mie.economia.gob.mx/cgi-bin/repie.sh/reportes/selperiodo	15.2	17.7
Total de la Deuda Bruta del Gobierno Federal (% PIB) ^{2/} http://www.apartados.hacienda.gob.mx/estadisticas_oportunas/esp/index.html	26.3	26.3
Riesgo País (Puntos base EMBI+) ^{2/} http://www.jpmorgan.com/pages/jpmorgan/investbk/solutions/research/EMBI	166	144

^{1/} Inflación anual diciembre/diciembre.

^{2/} Fin de periodo.

FUENTE: servitury-mexico

ELABORADO POR: Las Autoras

“Durante el primer semestre de 2010 la economía global registró una fuerte recuperación liderada por las economías emergentes de Asia, sin embargo a partir del tercer trimestre el ritmo de crecimiento en el mundo se redujo, debido a los problemas que enfrentan EE.UU. y algunos países de la UE en cuanto a resultados mixtos en sus economías, desempleo elevado y problemas fiscales y financieros, lo que generó incertidumbre alrededor del mundo.

Durante 2011 la economía global reducirá su ritmo de crecimiento, manteniéndose las economías emergentes de Asia como sus principales motores. Se espera que EE.UU. acelere su crecimiento gracias al estímulo fiscal implementado por sus autoridades, mientras que Europa continuará con incertidumbre debido a los elevados niveles de deuda y déficits fiscales.

De acuerdo a las más recientes proyecciones de las autoridades mexicanas, instituciones financieras internacionales y de bancos privados, la economía de México crecerá entre de 4% y 5% en 2011. Se espera un crecimiento balanceado entre el sector exportador y el interno”.¹⁴

* **Dinámica Sectorial Mexicana.**

“México posee la tecnología, la materia prima, la infraestructura y los procesos necesarios para brindarle al mercado nacional y mundial, alimentos seguros para su consumo y de excelente calidad.

El sector de alimentos está conformado por dos ramas: la de los alimentos frescos y la industria alimentaria (la cual agrupa alimentos procesados, bebidas y tabaco). México es uno de los principales exportadores a nivel mundial de productos orgánicos agrícolas. El crecimiento del número de agricultores, empleos, terrenos de cultivo y exportaciones, muestran la competitividad de los productos orgánicos mexicanos a nivel mundial.

En el ámbito industrial el 95% del tejido industrial mexicano está compuesto, principalmente, por pequeñas y medianas empresas, caracterizándose por su

¹⁴ <http://www.sre.gob.mx/index.php/indicadores-economicos>

estructura polarizada y desarticulada. Por un lado, se desarrolla un pequeño sector conformado por empresas altamente competitivas generalmente orientadas al comercio exterior y por otro, un gran número de empresas poco competitivas con carencias tecnológicas. Además, por razones de competitividad, las empresas exportadoras se encuentran poco vinculadas al resto del aparato productivo nacional.

Las principales industrias manufactureras son las del automóvil, la química, la de productos metálicos, la eléctrica y electrónica y alimentaria”.¹⁵

TABLA N° 20:

Dinámica sectorial del PIB nacional 2012			
Sector	Participación en el PIB (%)^{1/}	Variación porcentual anual^{2/}	Factores de la variación
Primario (agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza)	3.7	8.3	Mayor producción de cultivos como maíz y sorgo en grano, naranja, nuez, aguacate y uva.
Secundario (industria)	31.0	3.4	Aumento de manufacturas, construcción y generación de electricidad, gas y agua.
Terciario (servicios)	65.3	4.8	Incremento del comercio; información en medios masivos; servicios financieros y de seguros; transportes; servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles, y los servicios profesionales.

FUENTE: Secretaría de Finanzas con datos de INEGI

ELABORADO POR: Secretaría de Finanzas México

* México Como Mercado Consumidor

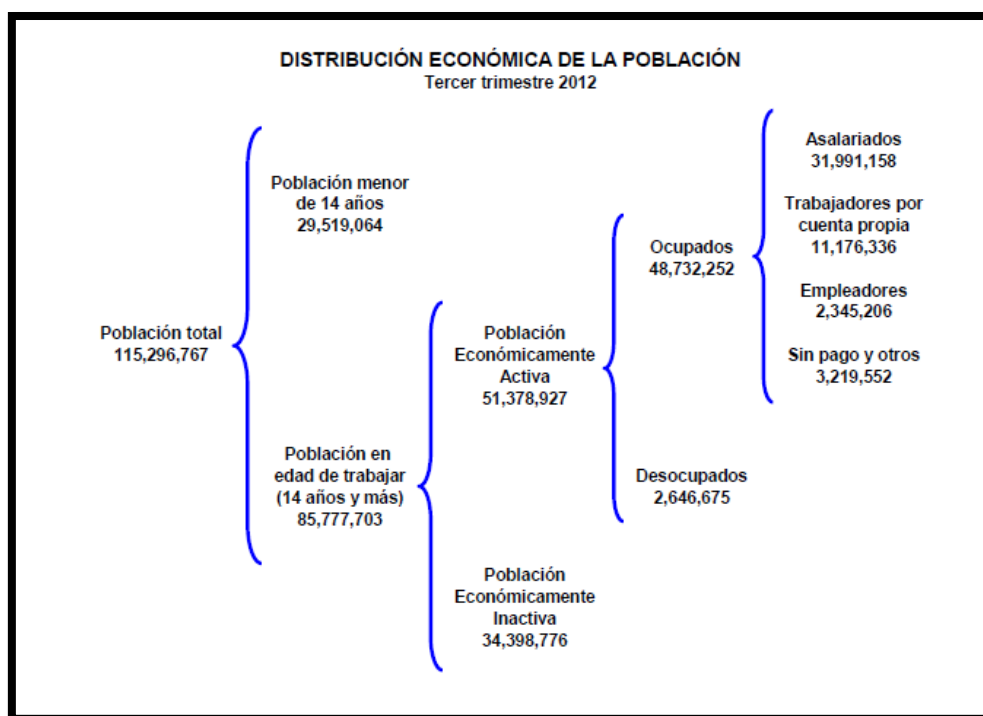
A. Población económicamente activa:

La fuerza laboral en México es de 51,378,927 al tercer trimestre del 2012 y con un valor de desempleados de 2,646,675 .

FIGURA N° 6:

Distribución económica de la población:

¹⁵ www.proecuador.com.ec



FUENTE: STPS-INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo

ELABORADO POR: STPS-INEGI

TABLA 21:

Población total

POBLACIÓN Tercer trimestre 2012 (Personas)						
Concepto	Nacional			Estructura (%)		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Población total (PT)	115,296,767	55,755,356	59,541,411	100.0	48.4	51.6
Población menor de 14 años (Menores)	29,519,064	15,000,396	14,518,668	100.0	50.8	49.2
Población en edad de trabajar (PET)	85,777,703	40,754,960	45,022,743	100.0	47.5	52.5
Población Económicamente Inactiva (PEI)	34,398,776	9,005,164	25,393,612	100.0	26.2	73.8
Población Económicamente Activa (PEA)	51,378,927	31,749,796	19,629,131	100.0	61.8	38.2
Ocupados	48,732,252	30,153,148	18,579,104	100.0	61.9	38.1
Desocupados	2,646,675	1,596,648	1,050,027	100.0	60.3	39.7
Tasas laborales (por cientos)						
Tasa neta de participación, TNP (PEA/PET)	59.9	77.9	43.8			
Tasa de desocupación, TD (Desocupados/PEA)	5.2	5.0	5.3			

FUENTE: STPS-INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo

ELABORADO POR: STPS-INEGI

TABLA 22:**Población activa**

OCUPACIÓN Tercer trimestre 2012 (Personas)						
Concepto	Nacional			Estructura (%)		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Ocupados por rama de actividad económica	48,732,252	30,153,148	18,579,104	100.0	61.9	38.1
Actividades agropecuarias	6,737,884	5,953,881	784,003	100.0	88.4	11.6
Industria Manufacturera	7,413,485	4,646,835	2,766,650	100.0	62.7	37.3
Industria Extractiva y Electricidad	446,334	387,679	58,655	100.0	86.9	13.1
Construcción	3,644,768	3,511,927	132,841	100.0	96.4	3.6
Comercio	9,710,538	4,711,328	4,999,212	100.0	48.5	51.5
Transportes y comunicaciones	2,258,971	1,995,418	263,553	100.0	88.3	11.7
Gobierno y organismos internacionales	2,324,580	1,447,003	877,577	100.0	62.2	37.8
Otros servicios	15,876,952	7,285,907	8,591,045	100.0	45.9	54.1
No especificado	318,740	213,172	105,568	100.0	66.9	33.1
Ocupados por nivel de educación	48,732,252	30,153,148	18,579,104	100.0	61.9	38.1
Sin instrucción	2,194,234	1,324,863	869,371	100.0	60.4	39.6
Primaria	14,969,371	9,773,218	5,196,153	100.0	65.3	34.7
Secundaria y media superior	22,813,190	13,942,785	8,870,405	100.0	61.1	38.9
Superior	8,724,161	5,087,980	3,636,201	100.0	58.3	41.7
No especificado	31,296	24,522	6,774	100.0	78.4	21.6

FUENTE: STPS-INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo

ELABORADO POR: STPS-INEGI

B. Proyección de la Población de Estados Unidos de México:

La proyección de la población se la realizó mediante el interés compuesto cuya fórmula es $C_n = C_0 (1+i)^n$, para lo cual se consideró el 0.01086 que corresponde al porcentaje de crecimiento de la población de México DF, según los datos de la CIA Central Intelligence Agency – INEGI del 2012.

TABLA N° 23:**Proyección de la población**

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN	
AÑO	POBLACIÓN
2012 (0)	51.378.927

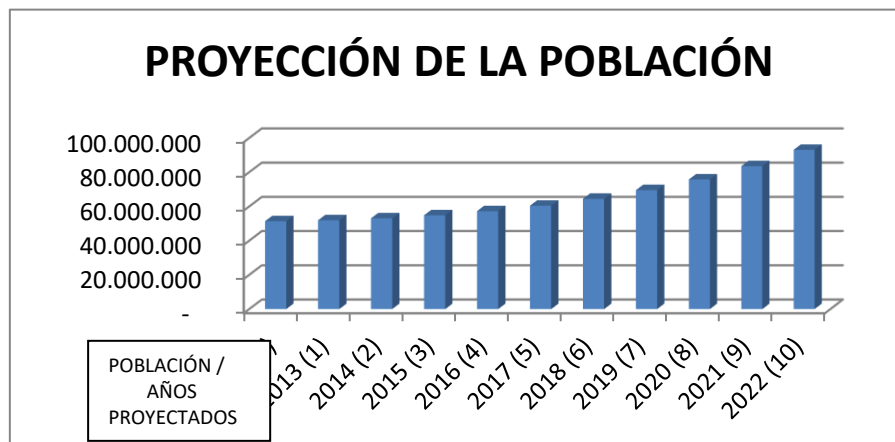
2013 (1)	51.936.902
2014 (2)	53.071.096
2015 (3)	54.818.998
2016 (4)	57.239.408
2017 (5)	60.415.752
2018 (6)	64.460.883
2019 (7)	69.523.772
2020 (8)	75.798.641
2021 (9)	83.537.317
2022 (10)	93.065.912

FUENTE: CIA Central Intelligence Agency – INEGI del 2012

ELABORADO POR: STPS-INEGI

GRÁFICO N° 4:

Proyección de la población



Fuente: CIA Central Intelligence Agency – INEGI del 2012

Elaboración: Las Autoras

TABLA N° 24:

Proyección de la población de los hombres

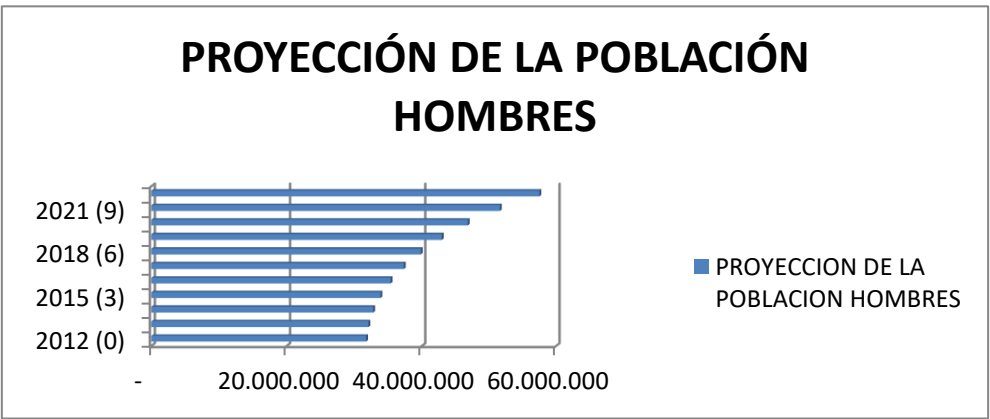
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN	
AÑO	HOMBRES
2012 (0)	31.749.796
2013 (1)	32.094.598
2014 (2)	32.795.477
2015 (3)	33.875.599
2016 (4)	35.371.300
2017 (5)	37.334.133
2018 (6)	39.833.836
2019 (7)	42.962.467
2020 (8)	46.840.045
2021 (9)	51.622.188
2022 (10)	57.510.418

FUENTE: CIA Central Intelligence Agency – INEGI del 2012

ELABORADO POR: Las Autoras

GRÁFICO N° 5:

Proyección de la población de los hombres



FUENTE: CIA Central Intelligence Agency – INEGI del 2012

ELABORADO POR: Las Autoras

TABLA N° 25:

Proyección De La Población De Mujeres

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN	
AÑO	MUJERES
2012 (0)	19.629.131
2013 (1)	20.275.618
2014 (2)	20.718.395
2015 (3)	21.400.757
2016 (4)	22.345.659
2017 (5)	23.585.670
2018 (6)	25.164.846
2019 (7)	27.141.344
2020 (8)	29.590.986
2021 (9)	32.612.083
2022 (10)	36.331.945

FUENTE: CIA Central Intelligence Agency – INEGI del 2012

ELABORADO POR: Las Autoras

GRÁFICO N° 6:

Proyección de la población mujeres



Fuente: CIA Central Intelligence Agency – INEGI del 2012

Elaboración: Las Autoras

La población económicamente activa de México se desarrolla normalmente, es decir que tienen un muy buen poder adquisitivo, lo cual favorece para el desarrollo y puesta en marcha de proyecto.

2.3. Análisis de la oferta

TABLA N° 26:

* Competencia para análisis de la oferta

IDENTIFICACION DE LA COMPETENCIA MAS REHELEVANTE Y DE PRESTIGO						
IDENTIFICACION DE LA COMPETENCIA MAS REHELEVANTE Y DE PRESTIGO	LOGOTIPO Y MARCA DE LA COMPETENCIA	LUGAR			DIRECCION ELECTRONICA	TOTAL DE CLIENTES ANUALES
		CIUDAD	CANTON	DIRECCION		
Empresas Pinto S. A Pinto esta en el mercado Ecuatoriano por más de 94 años y cuenta con 33 locales comerciales ofrece prendas de 100% de algodón peinado.		Quito	Quito	Dirección: Av. De la Prensa N70-121 y Pablo Picasso, sector El Condado	<u>Página Web:</u> www.pinto.com.ec	6.578,00
PASAMANERIA S.A. Es una Empresa Industrial Textil. Fundada en 1935, dedicada a la fabricación y comercialización de confecciones dirigidas al comercio y consumidor final, y de insumos textiles orientados a las industrias afines, con calidad garantizada, bajo el amparo de la marca PASA, operando bajo criterios de rentabilidad sustentable.		Cuenca - Quito	Cuenca - Quito	Av. Huayna Capac 1-97	matriz@pasa.ec www.pasa.ec	2.368,00

FUENTE: Empresa textilera del Ecuador

Elaborado por: Las Autoras

TABLA N° 27:

Proyección de la Oferta:

PROYECCIÓN DE LA OFERTA		
NOMBRE	AÑO	Nº DE CLIENTES
Empresas Pinto S.A	2012 (0)	6.578,00
	2013 (1)	6.649,00
	2014 (2)	6.794,00
	2015 (3)	7.018,00
	2016 (4)	7.328,00
	2017 (5)	7.735,00

	2018 (6)	8.253,00
	2019 (7)	8.343,00
	2020 (8)	9.096,00
	2021 (9)	1.002,00
	2022 (10)	1.116,00
PASAMANERIA S.A	2012 (0)	2.368,00
	2013 (1)	2.394,00
	2014 (2)	2.446,00
	2015 (3)	2.527,00
	2016 (4)	2.639,00
	2017 (5)	2.785,00
	2018 (6)	2.971,00
	2019 (7)	3.204,00
	2020 (8)	7.310,00
	2021 (9)	8.056,00
	2022 (10)	8.975,00

FUENTE: Empresas textiles del Ecuador

ELABORADO POR: Las Autoras

2.4. Análisis De La Demanda

* Segmentación del mercado

Los potenciales clientes de MODAS KEMWEK pertenecen a la clase económicamente activa 4,440,161 habitantes de México Distrito Federal donde los hombres representan el 56.7% y las mujeres el 43.3%.

* Universo.

De acuerdo a la segmentación del mercado tomamos en cuenta el consumo per cápita que es 15.100 (2012 est.)¹⁶.

* Proyección de la demanda potencial

La proyección de la demanda potencial se la realizó mediante el interés compuesto cuya fórmula es $C_n = C_0 (1+i)^n$, para lo cual se consideró el

¹⁶ [http://www.indexmundi.com/es/mexico/producto_interno_bruto_\(pib\)_per_capita.html](http://www.indexmundi.com/es/mexico/producto_interno_bruto_(pib)_per_capita.html)

0.01086%¹⁷ que corresponde al porcentaje de crecimiento de la población de México.

TABLA N° 28:

Proyección de la demanda potencial

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL	
AÑO	DEMANDA
2012 (0)	15.100,00
2013 (1)	15.263,99
2014 (2)	15.597,32
2015 (3)	16.111,02
2016 (4)	16.822,37
2017 (5)	17.755,88
2018 (6)	18.944,72
2019 (7)	20.432,68
2020 (8)	22.276,83
2021 (9)	24.551,19
2022 (10)	27.351,60

FUENTE: [www.indexmundi.com/es/mexico/producto_interno_bruto_\(pib\)_per_capita.html](http://www.indexmundi.com/es/mexico/producto_interno_bruto_(pib)_per_capita.html)

ELABORADO POR: Las Autoras

3.2 TABLA N° 29:

Confrontación de la Oferta y la Demanda para determinar la Demanda Insatisfecha.

¹⁷ http://www.indexmundi.com/es/mexico/tasa_de_crecimiento.html

DEMANDA INSATISFECHA					
AÑOS	CANTIDAD DEMANDA	CANTIDAD OFERTADA		CANTIDAD OFERTADA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
2012 (0)	15.100,00	6.578,00	2.368,00	8.946,00	6.154,00
2013 (1)	15.263,99	6.649,00	2.394,00	9.043,00	6.220,99
2014 (2)	15.597,32	6.794,00	2.446,00	9.240,00	6.357,32
2015 (3)	16.111,02	7.018,00	2.527,00	9.545,00	6.566,02
2016 (4)	16.822,37	7.328,00	2.639,00	9.967,00	6.855,37
2017 (5)	17.755,88	7.735,00	2.785,00	10.520,00	7.235,88
2018 (6)	18.944,72	8.253,00	2.971,00	11.224,00	7.720,72
2019 (7)	20.432,68	8.343,00	3.204,00	11.547,00	8.885,68
2020 (8)	22.276,83	9.096,00	7.310,00	16.406,00	5.870,83
2021 (9)	24.551,19	10.025,00	8.056,00	18.081,00	6.470,19
2022 (10)	27.351,60	11.168,00	8.975,00	20.143,00	7.208,60

FUENTE: [www.indexmundi.com/es/mexico/producto_interno_bruto_\(pib\)_per_capita.html](http://www.indexmundi.com/es/mexico/producto_interno_bruto_(pib)_per_capita.html)

ELABORADO POR: Las Autoras

ANÁLISIS

La demanda insatisfecha en México distrito federal crece de manera normal y esto es bueno para cualquier proyecto de inversión con este país ya que al tener capacidad adquisitiva se tiene capacidad de compra y esto favorece a nuestros productos.

TABLA N° 30:

Demanda Objetiva

DEMANDA INSATISFECHA				
AÑOS	CANTIDAD DEMANDA	CANTIDAD OFERTADA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA
2012 (0)	15.100,00	8.946,00	6.154,00	6.154,00
2013 (1)	15.263,99	9.043,00	6.220,99	6.220,99
2014 (2)	15.597,32	9.240,00	6.357,32	6.357,32
2015 (3)	16.111,02	9.545,00	6.566,02	6.566,02
2016 (4)	16.822,37	9.967,00	6.855,37	6.855,37
2017 (5)	17.755,88	10.520,00	7.235,88	7.235,88
2018 (6)	18.944,72	11.224,00	7.720,72	7.720,72
2019 (7)	20.432,68	11.547,00	8.885,68	8.885,68
2020 (8)	22.276,83	16.406,00	5.870,83	5.870,83
2021 (9)	24.551,19	18.081,00	6.470,19	6.470,19
2022 (10)	27.351,60	20.143,00	7.208,60	7.208,60

FUENTE: [www.indexmundi.com/es/mexico/producto_interno_bruto_\(pib\)_per_capita.html](http://www.indexmundi.com/es/mexico/producto_interno_bruto_(pib)_per_capita.html)

ELABORADO POR: Las Autoras

2.5. Importaciones

“Las importaciones mexicanas, al igual que las exportaciones, se muestran crecientes hasta el 2008, habiendo sido el 2009 un año de crisis que redujo el monto importado de USD 308 billones a USD 234 billones. A pesar de este decrecimiento, la tasa de promedio anual en el quinquenio se mantuvo positiva, 1.39%.

TABLA 31:

A. Importaciones de México:

IMPORTACIONES DE MÉXICO DESDE EL MUNDO					
VALOR FOB / MILES USD					
2005	2006	2007	2008	2009	TCPA 2005-2009
221,818,976	256,085,920	281,926,528	308,583,104	234,384,528	1.39%

FUENTE: Trademap, Centro de Comercio Internacional, CCI

ELABORADO POR: Unidad de Inteligencia Comercial, DPE

B. Principales Productos Que Importa México.

Los productos de exportación mexicanos son en su mayoría los del sector automotriz, también incluye algunos productos derivados del petróleo.

Entre los principales productos exportados por México entre el periodo del 2005 al 2009 se encuentran los siguientes:

- ✓ Aceites Crudos de petróleo o de minerales bituminosos, donde en el año 2009 se identifica 25,693.512 USD, lo cual significa una participación del 11%.
- ✓ Vehículos, Automóviles de cilindraje de 1500 con un 5% de participación.
- ✓ Monitores y proyectores, que no incorporen aparato receptor de televisión; aparatos recept que significaron el 7% de participación en las exportaciones.
- ✓ Entre otros”.¹⁸

¹⁸ respuesta.mexicotop.com/.../principales-productos-exportacio... - México

C. Principales Proveedores de México:

“El número uno entre los principales proveedores mexicanos es Estados Unidos, quien cuenta con el 48% de participación en las importaciones, lo que representa la mitad de las compras de México demostrando que es su principal socio económico tanto en sus exportaciones como en sus importaciones.

D. Participación porcentual 2012:

- ✓ Estados Unidos de América con una participación del 48%.
- ✓ China con una participación del 14%
- ✓ Japón con una participación del 5%
- ✓ República de Corea con una participación del 5%
- ✓ Alemania con una participación del 4%
- ✓ Canadá con una participación del 3%.
- ✓ Taipe Chino con una participación del 2%
- ✓ Otros países con una participación del 19%”.¹⁹

2.6. Exportaciones

Las exportaciones mexicanas han presentado una acentuada tendencia creciente desde el 2005 hasta el 2008. El año 2009 se manifestó como un dato atípico a la tendencia, esto debido a la crisis económica mundial sufrida. Aun así, las exportaciones de este año bordearon los USD 229 miles de millones, logrando que la tasa de crecimiento promedio sea de 1.76%..

¹⁹ Todoacercamexico/respuesta.mexicotop.com

TABLA 32:

A. Exportaciones de México:

EXPORTACIONES DE MÉXICO AL MUNDO					
VALOR FOB/ MILES USD					
2005	2006	2007	2008	2009	TCPA 2005-2009
214,207,312	249,960,544	271,821,216	291,264,800	229,712,336	1.76%

*TCPA (Tasa de crecimiento promedio anual en el periodo 2005-2009)

FUENTE: Trademap, CCI (Centro de Comercio Internacional)

ELABORADO POR: Unidad de Inteligencia Comercial, DPE

B. Principales productos que exporta México

“Estadísticas de ProMéxico muestran que la exportación de productos mexicanos genera un superávit en algunos meses del año, lo que significa que las empresas ya no se conforman sólo con expandirse en el mercado interno, el cual queda muchas veces fuera porque dirigen el 100% de su producción total a mercados externos.

Y pese a que durante 2009, producto de la crisis mundial y el cese de operaciones que significó para algunas empresas la llegada de la Influenza AH1N1, las ventas hacia el exterior tuvieron un fuerte desplome, lo cual posicionó al país en el lugar número 10 entre las naciones líderes en este rubro a nivel mundial.

De acuerdo con el reporte “Estadísticas comerciales”, elaborado por la Organización Mundial de Comercio (OMC), México fue durante 2009 el décimo mayor exportador del mundo. Así, se ubicó por debajo de la Unión Europea, China, Estados Unidos, Japón, Corea del Sur, Hong Kong, Canadá, Rusia y Singapur.

Entre los países latinoamericanos, destaca que México es el que mejor posición tiene, ya que Brasil está posicionado hasta el lugar 18, Chile en el 27, Argentina en el 28 y Perú hasta el 42.

Aguacate: México es el líder mundial en la exportación de este fruto, por lo que también es conocido como “el oro verde” del país. La producción de este fruto de pulpa suave y semilla de gran tamaño genera unos 800 millones de dólares anuales para el país, cuyo 85% proviene del estado de Michoacán. Sus exportaciones se destinan principalmente a Estados Unidos, donde copa el mercado -como en Japón o Canadá- con el 80% del negocio, mientras que en Francia se sitúa por detrás de países como Israel (con el 35% del mercado) o España (17%), con tan sólo el 13% del volumen de transacciones.

Tomate: Según las cifras del Consejo Nacional del Sistema Producto Tomate, México ocupa el primer lugar de exportación de tomate a nivel mundial con dos millones de toneladas e ingresos de doce mil 700 millones de pesos anuales. Además, este cultivo genera un millón 600 mil empleos, sólo en el estado de Sonora. El panorama para el tomate sobre todo de horticultura protegida va en aumento así como el **Chile**. Datos oficiales de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa) indican que México ocupa el segundo lugar como productor mundial de chile, sólo después de la República de China, con una producción de cerca de dos millones de toneladas en una extensión de 149 mil hectáreas en prácticamente todo el país.

De este modo, del total de la producción nacional, alrededor de 700 mil toneladas se destinaron al mercado exterior en 2009, con una generación de divisas de 720 millones de dólares. El valor de la producción nacional de este producto supera los 850 millones de dólares, en tanto que las exportaciones representan el nueve por ciento de las ventas foráneas totales de hortalizas, sólo por debajo del tomate y el pepino.

Papaya: Al registrar ventas superiores a 78 millones de dólares anuales en promedio, México se convirtió en el primer exportador mundial de papaya, producto que además genera una derrama de 580 millones de dólares. En 2009 se obtuvieron un millón 100 mil toneladas del fruto, cifras que colocan al país en los primeros lugares mundiales de producción, siendo Estados Unidos el principal destino de esa producción, al adquirir 84% de los envíos.

Pero eso no es todo, ya que la elaboración de este producto aporta más de 68 mil empleos directos en el país.

Agave-tequila: El tequila tiene gran aceptación a nivel mundial y se ha convertido en una fuente de negocios de gran alcance, como es el caso de las exportaciones de agave, que se incluyen cuando se realiza la suma y resta de este sector, quedando como “tequila-agave”. De acuerdo con el Consejo Regulador del Tequila, A.C., las exportaciones de tequila mexicano llegaron a 136 millones de litros en 2009, mientras que la venta al exterior del licor 100% agave creció en 3.9 en comparación con el año anterior.

Su comercialización en 120 países alrededor del mundo experimentó un crecimiento de 9% en los últimos doce meses.

Energías renovables: Quizás su gran potencial como exportador de alimentos orgánicos, le ha permitido a México, junto a otras cuatro economías, ubicarse como líder en utilización, aprovechamiento y exportación de energías renovables. El grupo lo conforman Hong Kong, China, Tailandia, Singapur y México. Según cifras de la Organización Mundial de Comercio (OMC), los productos que se consideran dentro de la línea de energías renovables equivalen a 2.2% del total de las exportaciones mexicanas. Entre ellos el maíz.

Para el caso específico de los calentadores de agua por energía solar, que abarcan desde uso doméstico hasta industrial y para albercas, México es el principal exportador con ventas por 316 millones 110 mil dólares en 2008.

Autopartes: México es en la actualidad el primer proveedor del sector automotriz en su conjunto en el mercado de Estados Unidos, uno de los mayores mercados mundiales, de acuerdo con datos del Departamento de Comercio de ese país.

De enero a abril del 2010, México conservó el tercer lugar entre los mayores países abastecedores de automóviles al mercado estadounidense y el primero tanto, de suministrador de autopartes, como de vehículos pesados. Sumando esas tres categorías logró exportaciones por 18 mil 232 millones de dólares, en

los cuatro primeros meses del año en curso, un alza anualizada de 80.1%, seguido de Canadá y Japón”.²⁰

2.7. Balanza Comercial del país

La balanza comercial mexicana se muestra deficitaria durante el periodo de estudio. En el 2009 esta sufre un cambio favorable, al disminuir su brecha entre exportaciones e importaciones.

TABLA N° 33:

A. Balanza Comercial de México:

MÉXICO: EXPORTACIONES, IMPORTACIONES Y BALANZA				
COMERCIAL				
Millones USD				
Actividad	2008	2009	2010*	*TCPA 2008-2010
Exportaciones (FOB)	291,343	229,783	298,361	1.20%
Importaciones (CIF)	308,603	234,385	301,482	1.16%
Balanza Comercial	-17,261	-4,602	3,121	57.48%

FUENTE: Trademap, Centro de Comercio Internacional, CCI

ELABORADO POR: Unidad de Inteligencia Comercial, DPE

2.8. Acceso marítimo al mercado de destino

México, posee una gran infraestructura portuaria que le permite y le facilita sus operaciones comerciales con el resto del mundo, cuenta con 22 puertos ubicados estratégicamente sobre el Océano Atlántico y Pacífico.

a) Puertos, nombres, ubicaciones, capacidad de almacenaje, áreas de influencia. Calado y conexión con carreteras

Los cuatro principales puertos del país, por los que pasa el 60% del tráfico marítimo de mercancías, son Puerto Altamira y Puerto Veracruz en el Golfo de México, y Puerto Manzanillo y Puerto Lázaro Cárdenas en la costa en la costa del Pacífico.

²⁰ respuesta.mexicotop.com/.../principales-productos-exportacio... - México

B. Información de los principales Puertos:

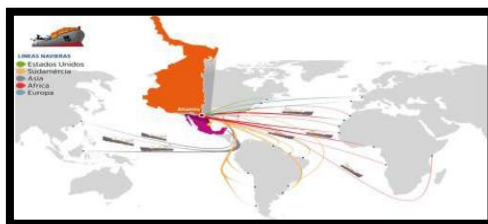
Puerto de Veracruz:



“El Puerto de Veracruz el gran puerto de México situado en una posición estratégica, cuenta con excelentes conexiones ferroviarias y carreteras, que lo enlazan a los principales centros logísticos. Es el puerto principal de México; constituye uno de los puntos más importantes para el abasto de productos al granel e industriales para los principales centros productivos y comerciales del país. Está estratégicamente ubicado en el Golfo de México y se conecta con 3.000 km. de vías que le permiten llegar a las diferentes regiones del país, operando cargas provenientes y con destino hacia todo el territorio mexicano.

El Puerto de Veracruz ofrece a sus usuarios estratégicas ventajas para la logística y manejo de sus mercancías. Más allá de la ubicación geográfica que ha sido la base para la elección del puerto, el puerto de Veracruz es punta de lanza en México en materia de planeación estratégica en desarrollo de infraestructura, tecnología de información, personal capacitado y alianzas con centros logísticos, autoridades y otros puertos para beneficio de los clientes. Por ello más del 70% de los productos que se importan y se exportan en el país utilizan el Puerto de Veracruz”.²¹

Puerto de Altamira:



²¹ Puerto de Veracruz <http://www.apiver.com/apiver/>

El Puerto de Altamira tiene un enorme potencial de crecimiento, por su gran reserva territorial y su excelente y privilegiada ubicación geográfica, en el sur de Tamaulipas, estado que por sus características actualmente alberga todo tipo de industrias y que se ve altamente favorecido por tener una importante ventana hacia el comercio exterior como lo es Altamira. El Puerto se conecta a 125 puertos de todo el mundo a través de diversas líneas navieras de servicio regular en carga contenerizada y carga suelta, siendo los principales destinos la cuenca del Atlántico. Es el único puerto industrial del Golfo de México y es considerado como el desarrollo portuario más extenso del país; ocupa el primer lugar en el manejo de fluidos petroquímicos. Cuenta con un área total de 3,075 hectáreas, en las cuales se manejan más de 8.5 millones de toneladas, cubriendo el 85% de la actividad económica del país en un radio de 550 km”.²²

Puerto de Manzanillo:



“Ubicado de lado del océano Pacífico, en el Estado de Colima se distingue por su seguridad y paz social, lo cual les permite atraer mayores inversiones privadas, nacionales y extranjeras, incrementando así su capacidad instalada. Cuenta con 437 hectáreas que incluyen zonas de agua, muelles y zonas de almacenamiento. Actualmente posee 17 posiciones de atraque, grandes áreas de almacenamiento y se encuentra conectado con 13.5 km. de vías férreas y 5.4 km. de vialidades. Su ubicación lo hace un punto detrás bordo ideal para los países de centro y Suramérica”.²³

²² Puerto de Altamira www.puertoaltamira.com.mx

²³ Puerto de Manzanillo www.puertomanzanillo.com.mx

Puerto Lázaro Cárdenas:



“El Puerto industrial y comercial Lázaro Cárdenas es un acceso marítimo internacional líder en el Pacífico mexicano. La inmejorable posición del Puerto Lázaro Cárdenas favorece el acceso a las naciones de la Cuenca del Pacífico y permite participar en las cadenas del transporte marítimo internacional más desarrolladas. La localización geográfica del Puerto Lázaro Cárdenas es en los 17°54'58" latitud norte y 102°10'22" longitud oeste en la costa mexicana del Pacífico, donde limitan los estados de Michoacán y Guerrero. La ubicación geográfica del Puerto Lázaro Cárdenas es una productiva micro zona conocida también como delta del Balsas, donde se desarrolla una gran actividad portuaria, comercial e industrial, que dispone además de un atractivo puerto turístico a sólo 45 minutos, el de Ixtapa-Zihuatanejo; puertos que conforman un complemento ideal para los negocios y el descanso.

La microzona del delta del Balsas, donde se ubica el puerto Lázaro Cárdenas está enclavada, a su vez, en una región fuertemente económica, conformada por los estados de Michoacán, Guerrero, Querétaro, México, Distrito Federal y Morelos. En ella se asienta el 33 por ciento de la población total del país y participa con el 42 por ciento del Producto Interno Bruto en el ámbito nacional y con el 49 por ciento de la industria manufacturera. La región cuenta con 31 mil 581 kilómetros de carreteras y 36 mil 576 kilómetros de vías férreas. Existen tres aeropuertos internacionales y siete locales, uno de los cuales, local se encuentra a sólo 15 minutos del propio Puerto Lázaro Cárdenas, en tanto que otro internacional está a sólo una hora.

Punto de enlace entre los mercados de Asia y Norteamérica gracias a una autopista directa y el corredor multimodal ferroviario Lázaro Cárdenas- Ciudad de Kansas”.²⁴

Puerto de Progreso:



“Ubicado en el Estado de Yucatán, que representa el 2% de la superficie nacional mexicana. Es el Puerto más importante de la zona y en éste se realizan actividades turísticas, pesqueras y comerciales. Se encuentra a una distancia de 450 Km del Puerto de Tampico, y 390 Km del Puerto de Veracruz. La zona de influencia del puerto de Progreso es el Propio estado de Yucatán y en el segundo lugar los estados de Quintana Roo, Campeche, Chiapas y Tabasco.

Influencia en mercados Nacionales: El centro del país así como el noroeste y la cuenca del Golfo de México son un mercado atractivo, ya que cuenta con ventajas por fletes marítimos a menor costo, comparado con el que ofrece el autotransporte.

Influencia en mercados Internacionales: Son atractivos la importación y exportación de la península a otros mercados, así como el establecimiento de plantas maquiladoras, industria que registra un acelerado crecimiento en los últimos años aprovechando las ventajas económicas y localización que ofrece la región. También es importante el desarrollo del mercado turístico que tiene gran potencial”.²⁵

²⁴ Puerto Lázaro Cárdenas <http://www.puertolazarocardenas.com.mx>

²⁵ Puerto de Progreso www.puertosyucatan.com

Puerto de Tampico:



“Está localizado en la parte sureste del Estado de Tamaulipas colindando con el estado de Veracruz a través del río Pánuco a diez Km. de su desembocadura en el Golfo de México. Sus principales características son: Doble vía de ferrocarril a costado de muelle, que permite maniobras directas de carga y descarga de mercancías, especialización en el manejo de carga general, destacando la operación de madera y acero en sus diversas presentaciones. Área de almacenamiento de 38688 m² de bodegas, 331730 m² de patios y 6472 m² de cobertizos, patios y cobertizos para el manejo de carga en espacios abiertos, enlaces marítimos en tráfico de Altura y Cabotaje.

Puerto de Ensenada. Cuenta con 337.28 hectáreas integradas por 88.12 hectáreas de área terrestre y 249.16 hectáreas de área de agua. Al norte se encuentran tres de los principales cruces fronterizos con Estados Unidos: Tijuana a 110 km, Tecate a 112 Km y Mexicali a 257 Km del Puerto”.²⁶

b) Líneas navieras que operan en el lugar, tarifas, frecuencias y rutas.

Entre las líneas navieras que dan el servicio de exportación desde Ecuador hacia México están a la fecha Tecnisea, Transoceánica a Manzanillo, Transavisa a Altamira 19 días, Veracruz 20 días, etc. Las frecuencias son semanales:

²⁶ Puerto de Tampico www.puertodetampico.com.mx

TABLA N° 34:

Tarifas marítimas mexicanas

TARIFAS MARITIMAS					
Puerto de Destino	País	20` GP	40` GP	40` HC	TRANSITO
Manzanillo	México	1000	1200	1400	12

FUENTE: Operador local de Comercio exterior. Consolidadora de carga.Mx.com

ELABORADO POR: Las Autoras

D. México - Ecuador acuerdo de alcance parcial de renegociación N° 29 (AAP.R No. 29):

“El AAP.R No. 29 se suscribió el 31 de mayo de 1993; sus Protocolos Adicionales se suscribieron el 20 de diciembre de 1993, 2 de diciembre de 1994 y del 16 de agosto de 2002; en este Acuerdo se incorporaron las preferencias resultantes de la renegociación, revisión y actualización de las ventajas otorgadas en las listas nacionales de Ecuador y México, en el marco de la ALALC9, así como las contenidas en la lista de ventajas no extensivas a favor del Ecuador.

E. Preferencias Arancelarias:

Una preferencia del 40% aplicable a todo el universo arancelario con excepción de los productos incluidos por México en su lista de excepciones del Acuerdo Regional de Preferencia Arancelaria (PAR/4); una preferencia del 100% para alrededor de 229 partidas arancelarias incluidas en el Acuerdo Regional de Apertura de Mercados (AR.AM/2); preferencias que van desde el 40% hasta el 100% en el AAP.R No. 29; para 249 partidas arancelarias”.²⁷

²⁷ www.cuentame.inegi.org.mx/acuerdodealcanceparcial

CAPÍTULO III

3. EXPORTACIÓN

“Exportación es la operación que supone la salida de mercancías fuera de un territorio aduanero y que produce como contrapartida una entrada de divisas.”²⁸

La exportación consiste en establecer contacto directo con el importador y realizar todo el proceso de la operación de exportación. Esto involucra la utilización de mayores recursos, contar con recursos humanos bien capacitados en comercio internacional y además, con una red de contactos de proveedores de servicios a las exportaciones.

Se propone efectuar la exportación a través de bróker, enviando la mercancía y finalmente efectuando la cobranza. Todo este proceso implica asumir los riesgos propios de toda la operación de exportación como por ejemplo la ocurrencia de siniestros es decir gastos internos, incendios o desastres naturales, accidentes y otros.

Cabe recalcar que se asume el riesgo de no pago lo que dependerá del medio de pago utilizado y de las medidas de protección que pueda adoptar el exportador, esta estrategia se aplicara porque se considera que es la forma más apropiada para llegar al mercado meta en este caso México D.F.

Es por eso lo que nosotras hemos planteado la exportación de las camisetas de algodón para hombres y mujeres, ya que el exportar no solo significa una cuestión de vender bienes o servicios a un determinado país sino que además es entregar un excelente producto o sea de una calidad y con una atención adecuada y precisa para lograr el éxito deseado.

3.1. Características de la Exportación.

A. Marca y Logotipo.

A continuación podemos observar el nombre y el logotipo de la empresa utilizado en las diferentes prendas que ellos elaboran en este caso para las camisetas de algodón de hombres y mujeres.

²⁸ OSORIO Cristóbal, Diccionario de Comercio Internacional

FIGURA N° 7:

LOGOTIPO



FUENTE: La empresa

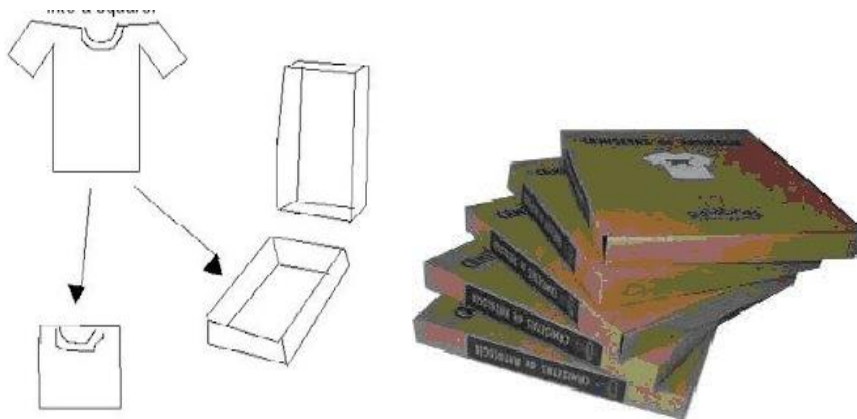
ELABORADO POR: Las Autoras

B. Empaque

Las camisetas serán empacadas cajas para exportación, las cajitas de cartón, de tipo Telescópica de dos piezas. Este empaque es útil para empacar ropa, camisas, pantalones, medias y productos del campo.

FIGURA N° 8:

MODELO DE CAMISETAS



FUENTE: La empresa

ELABORADO POR: Las Autoras

Por la naturaleza de nuestro producto es decir las camisetas de algodón, hemos unitarizado, cajas para exportación para luego agruparlas en pallets y transportadas en algún contenedor.

- * **Dimensiones:** 25 cm de alto, por 50 centímetros de ancho y de 30 centímetros de profundidad
- * **Capacidad:** 5 cajitas de camisetas
- * **Total Cajas:** 300 cajas en el contenedor.



FUENTE: La empresa

ELABORADO POR: Las Autoras

4. Cantidad Exportable:

La cantidad exportable en unidades es de 3000, repartidas en 600 cajas, que serán enviadas en un contenedor normal de 20 pies standard 20`x 8`x 8`6.

5. Características del contenedor:

TABLA Nº 35:

EXTERIOR	INTERIOR	PUERTAS ABIERTAS	CAPACIDAD	TARA
Largo ancho alto	Largo ancho alto	ancho alto	1171 pies cubicos	4960 lb
6.06 m 2.43m 2.59m	5.89m 2.35m 2.39m	2.34 m 2.27m	33.1 m	2250 kg

FUENTE: www.contenedoresdecargaseca.com

ELABORADO POR: Las Autoras

TABLA N° 36:

6. Detalle Del Producto A Enviarse:

PRODUCCION EN GRAMOS	PRODUCCION EN UNIDADES	PRODUCCION EN CAJAS
297000	3000	600

FUENTE: La empresa

ELABORADO POR: Las Autoras

3.2. Procedimientos para poder ser exportador.

Para el registro Electrónico el Exportador debe cumplir con varios requerimientos de normalidad para que sus datos sean registrados al sistema de manera que pueda operar libremente como exportador directo, a continuación damos a notar los pasos:

- * Ingreso a la página Web de la SENAE
- * Selección en el menú principal de la opción “OCE’S – *Registro de Datos*”

Llenar el formulario cuyo encabezado es “Ingreso de datos del Operador de Comercio”; este debe llenarse en su totalidad para después dar clic al final en la pestaña “Enviar Formulario”.

Luego de esto el sistema OCE’s emite una clave de acceso al comercio exterior el cual debe ser solicitado ante la Gerencia General de la Aduana; para lo cual deberá presentar los siguientes requisitos:

- * Carta original de la empresa, dirigida a la Ing. Gabriela Galarza – Jefe de Atención al Usuario, solicitando la clave de acceso al SICE. Esta carta debe estar firmada por el representante legal de la empresa.
- * Copia del RUC de la empresa.
- * Copia de la cédula del representante legal de la empresa.

Luego de esto el Exportador tiene acceso al sistema para poder dar el seguimiento correspondiente a su trámite y saber lo que tiene que hacer para

que la exportación sea liquidada sin ningún tipo de observaciones o cumplir con tales a fin de que dicho trámite sea cerrado con normalidad.

- * **Información adicional:** La Aduana se reserva el derecho de solicitar información adicional, tanto a personas naturales como jurídicas.
- * **Inscripción única por exportador:** Una vez obtenido el registro se podrá realizar la transmisión electrónica de la Declaración de Exportación.

3. DOCUMENTOS PARA LA DECLARACIÓN DE EXPORTACIÓN

La Declaración de Exportación es un formulario Declaración Aduanera Única de Exportación en el que todas las exportaciones deben ser presentadas, siguiendo las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones para ser presentada en el distrito aduanero donde se formaliza la exportación junto con los documentos que acompañen a la misma.

La cual tiene dos fases:

- * Fase Pre- Embarque
- * Fase Post- Embarque

3.3.1. Documentos De Pre Embarque

Los documentos de pre embarque son tramitados antes de realizarse el embarque de la mercadería.

A. Cotización:

El importador solicita al exportador, la cotización de un determinado producto mediante la Nota de Cotización en la que se indicará: nombre y especificaciones del producto, cantidad solicitada, plazo de pago sugerido, tipo de embalaje, vía y fecha aproximada de embarque, INCOTERM, forma de pago, lugar de llegada de la mercadería, datos del comprador y demás información que el importador crea útil.

B. Factura Proforma:

Es un documento que maneja el vendedor para hacer una oferta específica de una posible venta. Al tratarse de una oferta, si es aceptada por el comprador,

será el origen de un contrato de compra y venta, por tanto, es necesario que contenga todos los datos necesarios para establecer los términos y condiciones de la negociación.

C. Orden de Embarque Dau-e (Aduana-régimen 15):

No es un régimen aduanero, su nombre correcto es Orden de Embarque y se da cuando el exportador directamente o a través de su agente de aduana con la factura comercial y el RUC, tramita la autorización de embarque como requisito previo para embarcar la mercadería.

D. Carta de Confirmación de Pedido o Instrucciones de Embarque:

Lo emite el importador como constancia para el exportador de la confirmación y aceptación del pedido y de las disposiciones respecto al embarque de la mercancía.

E. Carta De Crédito:

Es el documento en el que se establecen los términos de crédito documental, mediante el cual se garantiza el cumplimiento de la obligación económica adquirida por parte del importador.

3.3.2. Documentos Post Embarque

A. Carta del exportador notificando el embarque

Emite el exportador al importador como constancia de que el embarque fue realizado. En esta carta constará la fecha en que se efectuó el embarque, número de B/L. Adicionalmente se adjuntarán original y copia de la factura comercial, un original del conocimiento de embarque y una copia de la lista de empaque.

B. Factura Comercial:

Describe las mercaderías, la emite el exportador a nombre del importador o consignatario. En la factura comercial se señala: descripción detallada de la mercadería, cantidad de bultos, marcas, peso neto y total, número de pedido,

precio, condiciones de venta, puerto de embarque, puerto de desembarque, Incoterm negociado, Subpartida arancelaria.

C. Conocimiento De Embarque:

De acuerdo con el medio de transporte toma el nombre específico, al ser por vía marítima será Bill of Lading (B/L) o conocimiento de embarque marítimo, por vía aérea Airway o guía aérea y por vía terrestre Carta Porte. El conocimiento de embarque es un documento que prueba la entrega de la mercadería a bordo del buque, es prueba del contrato de transporte y constituye un medio de transferir a otra parte los derechos sobre las mercancías en tránsito, transfiriéndole el documento en físico.

D. Lista De Empaque:

Es donde se detalla la mercadería embarcada de acuerdo a cada bulto declarado, asignándole un número a cada caja con su contenido respectivo.

E. Certificado De Origen:

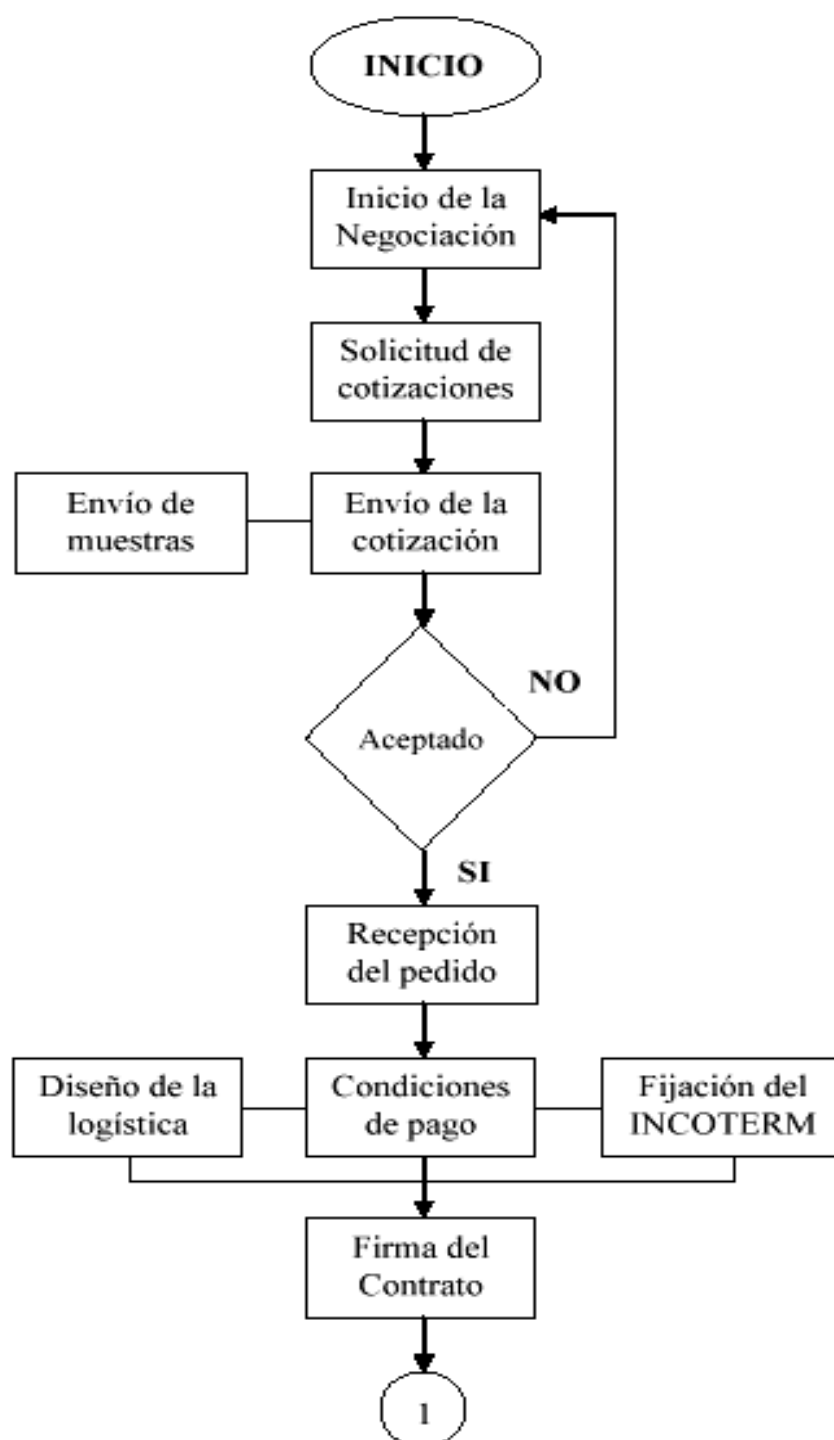
“Trátase del documento en que el exportador certifica cuál es el lugar de origen (fabricación) de las mercancías a ser exportadas.”²⁹

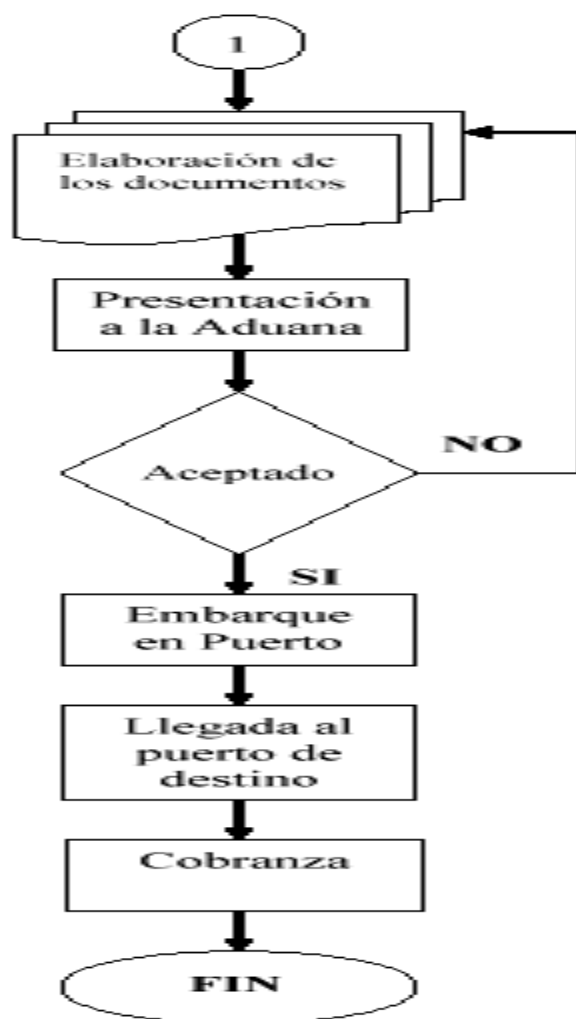
F. Dau-e (Aduana-régimen 40):

Bajo este régimen las mercaderías nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior. Significa la regularización de la orden 15, es decir, el término del trámite de exportación.

²⁹OSORIO Cristóbal, Diccionario de Comercio Internacional, Bogotá, OCOE Internacional

FIGURA 9:
DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN DE LAS
CAMISETAS.





FUENTE: Estudio Propio

ELABORADO POR: Las Autoras

Pre-Embarque

Para el desarrollo del pre-embarque se necesitara de un agente afianzado de aduana de carácter obligatorio para exportaciones superiores a los \$2000 dólares, según Art. 168 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

El agente afianzado de aduana generara y transmitirá la orden de embarque a las SENAE a través del Sistema Interactivo de Comercio Exterior SICE, quien valida y acepta la orden de embarque otorgando un número a través de la opción correo seguro.

A. Transmisión de la Orden de Embarque:

El exportador a través del Agente de Aduana deberá transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana de Ecuador SENA, la información la intención de exportación utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página Web de la Aduana. Para el envío de la orden de embarque se establece el código 15, como código de identificación. Realizado el envío y si este es aceptado por el SICE, al Agente de Aduana recibirá un mensaje de respuesta con el número de refrendo de la Orden de Embarque, el cual tendrá la siguiente estructura. Para la toda orden de embarque se deberá refrendar³⁰ de la siguiente manera: 028 2013 15 123456 – 1, lo que significa:

28 Código del Distrito Aduanero

019 Guayaquil Aéreo

028 Guayaquil Marítimo

037 Manta

046 Esmeraldas

055 Quito

064 Puerto Bolívar

073 Tulcán

082 Huaquillas

091 Cuenca

109 Loja – Macará

Explicativo de la refrendación:

- a) 2013** Año en que se realiza el trámite de exportación.
- b) 15** Código de identificación. Identifica en régimen aduanero.
- c) 123456** Número consecutivo.
- d) 1** Dígito verificador.

³⁰ Refrendar: Procedimiento operativo que consiste en consignar en una casilla correspondiente de DAU un código numérico, luego de haber aceptado la declaración aduanera.

- * La Orden de Embarque tendrá una validez de 45 días calendario, contados a partir de la numeración por parte del SICE.
- * El agente de aduana, exportador o sus representantes, presentaran por cada embarque, al Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual se embarcara la carga, los siguientes documentos previo al ingreso a Zona primaria.
- * Orden de Embarque impresa, con el número de refrendo.
- * DAU régimen 15.

Ambos documentos con firma y sello del Agente de Aduana del trámite.

- * Para realizar los trámites con los almacenes temporales; Permisionarios empresas de tarja, líneas naviera, A.P.G; deberá utilizar la Orden de Embarque impresa.

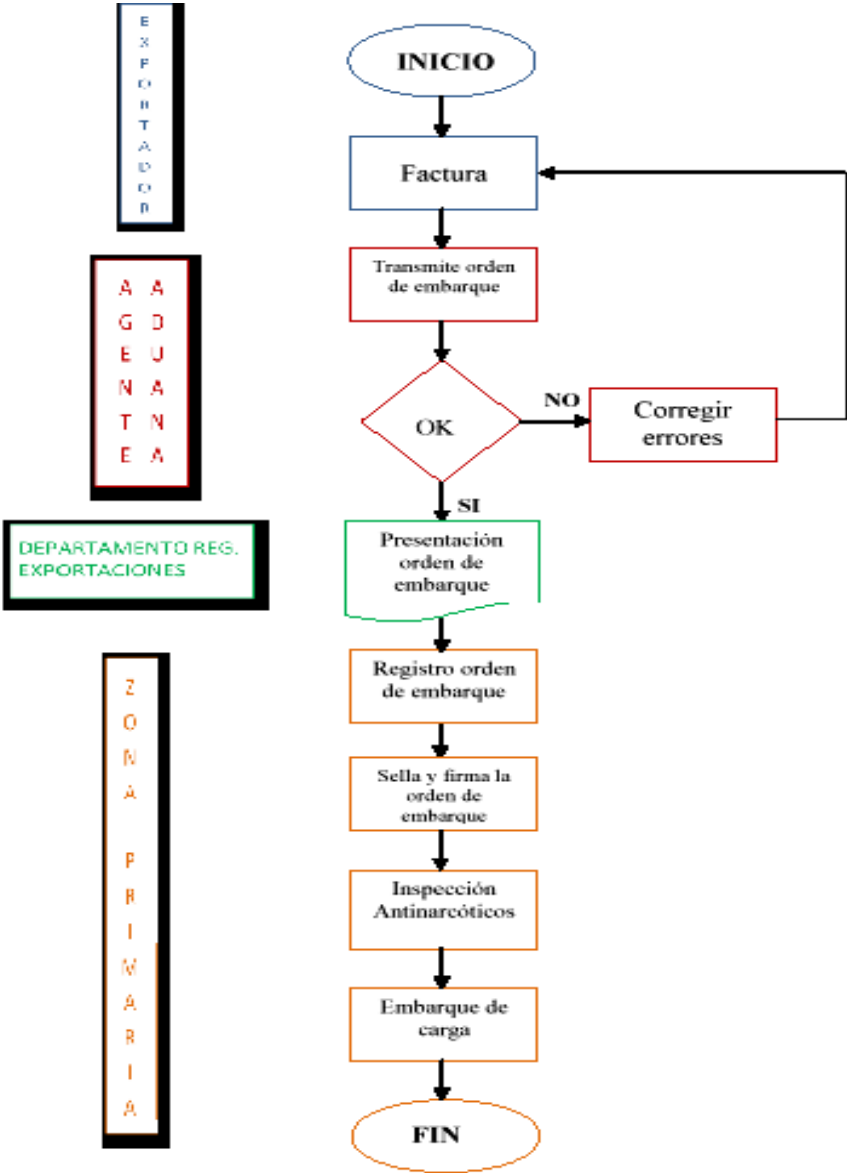
El agente afianzado de aduana presenta la orden de embarque impresa firmada y sellada ante el funcionario de la ZPA que quiere decir (Zona Primaria de Aduana), encargado del registro de este documento.

A su vez el funcionario de la ZPA, realiza lo siguiente:

- * Registra la orden de embarque en el sistema.
- * Sella y firma la orden embarque.
- * Coordina con la unidad de antinarcóticos de la policía para las inspecciones.
- * Coordina con los funcionarios de la zona primaria, encargada de los embarques para la realización del mismo.

FIGURA 10:

Diagrama de Flujo del Pre-Embarque



FUENTE: Investigación Propia
ELABORADO POR: Las Autoras

A. EMBARQUE

El embarque es una fase donde la empresa transportista, genera un número de “manifiesto de carga”³¹ a través de la página web de la SENA.

De acuerdo al tipo de manifiesto se codificará de la siguiente manera:

* Código Tipo de manifiesto:

04 Manifiesto Marítimo de Exportación

05 Manifiesto Aéreo de Exportación

06 Manifiesto Terrestre de Exportación

De conformidad con el Art. 26 del Reglamento de la Ley Orgánica de Aduanas, el manifiesto de carga deberá contener esencialmente los siguientes datos:

- * Nombre del medio de transporte, en caso sea aplicable.
- * Nombre de la empresa transportadora.
- * Número de registro, matrícula o placa del medio de transporte, según sea el caso y nacionalidad del mismo.
- * Nombre de puerto, aeropuerto o lugar de salida y destino.
- * Fecha de salida
- * Número del conocimiento de embarque, guía aérea o carta porte, según sea el caso.
- * Nombre del remitente y del consignatario
- * Marcas, números de bultos/contenedores, clase de embalaje, peso, descripción de la mercadería y flete aplicado en el transporte.
- * Almacén temporal al que se consigna la carga o régimen al que se la declarará.
- * Firma de responsabilidad del agente de medio de transporte.
- * Nombre de la empresa consolidadora, de ser el caso.

³¹ Manifiesto de carga: Documento en el cual se detalla la relación de mercancía que constituye la carga de un medio o de una unidad de transporte y expresa los datos comerciales de la mercadería.

La empresa transportista genera un número de manifiesto a través de la página web del SENA, que anteriormente lo manifestamos.

B. Generación del Manifiesto

Esta pantalla permite el ingreso de los datos que nombramos y de esta manera generaremos el número de manifiesto de carga electrónico, que el transportista está obligado a generar para que la nave pueda salir del puerto con la mercancía que se exporta.

Luego de haber realizados todas esas actividades debemos:

- * Ingreso a la página web del SENA.
- * Selección en el menú principal de la opción “Sistema interactivo de Comercio Exterior-Nueva Página.
- * Selección del Sistema Interactivo de Comercio Exterior- SICE, en la opción Servicios.
- * Obtención de la autorización de acceso al sistema, luego del ingreso de los datos de usuario y password o clave.
- * Seleccionar en el menú “Proceso de Carga”, la opción Registro de la Generación del número de Manifiesto de Carga.
- * Transmitir el manifiesto de carga junto con los datos documentos de transporte al sistema de la SENA el envío electrónico solo se realiza para aerolíneas y navieras, no así para transporte terrestre que el funcionario de la ZPA ingresa la información al sistema.

C. POST-EMBARQUE

El Agente afianzado de la aduana transmite los datos definitivos en la DAU 40, **(REGIMEN DE EXPORTACIÓN DE CONSUMO)**, y sus documentos de acompañamiento de SENA, a través del SICE.

A. Transmisión de la DAU definitiva de exportación.

1. Dentro del plazo de 45 días de vigencia de la orden de Embarque se deberá regularizar la exportación con la transmisión de la DAU, definitiva de exportación, luego de lo cual se aceptara la DAU de regularización, pero exigiendo se cancele una multa por falta reglamentaria por no haber cumplido el plazo.
2. Previo al envío de la DAU definitiva de exportación con la cual se regularizara al Orden de Embarque, se deberá revisar en “Consulta a Base de Datos de Manifiestos de Carga Aceptados (DRM entregado); la información de los manifiestos de carga de exportación y de los respectivos AWB.
3. Si la información del manifiesto de carga y de los AWB, es correcta, se transmitirá, la DAU definitiva de exportación, para lo cual se utilizara el código de régimen 40.
4. El SICE validara la información de la DAU contra del manifiesto de carga, si el proceso de validación es satisfactorio, se enviara un mensaje de aceptación al agente de aduana con el refrendo de la DAU, el mismo que tendrá la siguiente estructura:

028 – 2013 – 40 – 000123 - 1

Dónde:

028: código de Distrito Aduanero Guayaquil.

2013: año de la orden de embarque

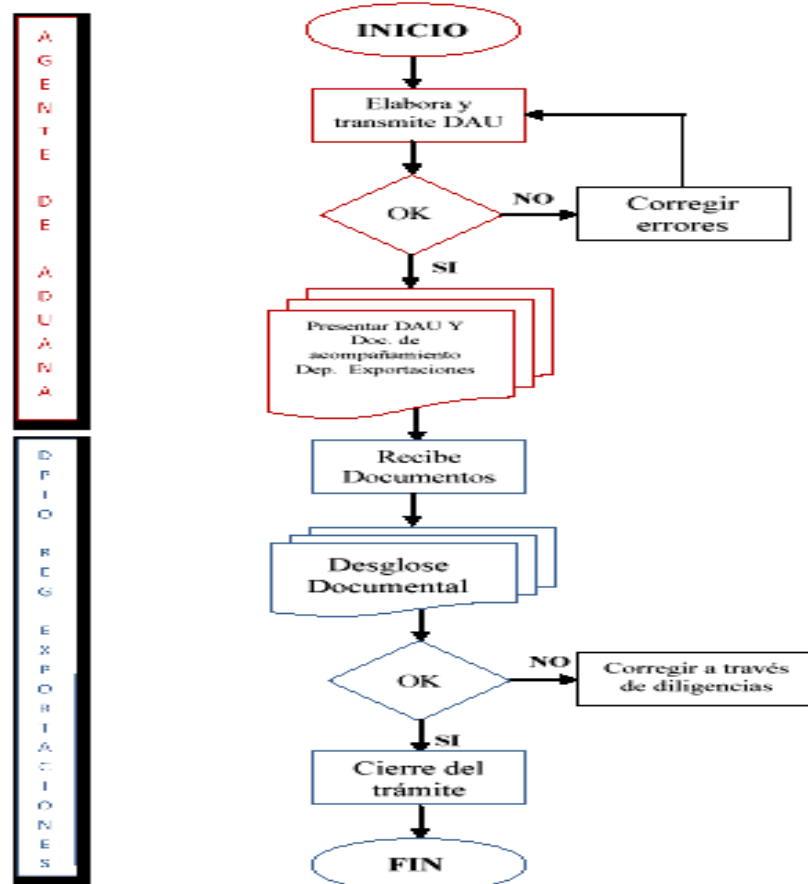
40: código de identificación de la Exportación a consumo

000123: correlativo

1: dígito verificador.

FIGURA 11:

Diagrama de Flujo de Post-Embarque



FUENTE: Estudio propio

ELABORADO POR: Las Autoras

D. ACCESO AL MERCADO

Requisitos Generales de Acceso al Mercado- Requisitos Específicos para productos ecuatorianos con potencial: Requisitos Arancelarios (sistema arancelario, aranceles promedio aplicados, preferencias arancelarias al Ecuador).

*Principales elementos de la estructura arancelaria de México

La estructura arancelaria de México se define, esencialmente a través de:

- * Aranceles de Nación más Favorecida (NMF), que resultan de los compromisos con la Organización Mundial de Comercio (OMC) para adoptar los niveles y definiciones arancelarias que se compromete a aplicar a sus contrapartes comerciales bajo el principio de Nación Más Favorecida.
- * Aranceles preferenciales, mediante la celebración de tratados de libre comercio, acuerdos regionales y bilaterales en los que las partes se otorgan regímenes arancelarios preferenciales respecto de los otorgados en los aranceles NMF.
- * Otros instrumentos arancelarios unilaterales que se definen en políticas y regulaciones nacionales, y establecen niveles arancelarios diferentes a los NMF y preferenciales.

A. Características en empaque, embalaje y etiquetas de mercancía a ingresar al mercado mexicano.

- * **Generalidades y tendencias:** Todos los productos para la venta en México deben ser etiquetados en español antes de ser importadas dentro de México. La información que debe contener cada producto es generalmente:
 - a) Nombre y dirección del importador.
 - b) Nombre y dirección del exportador.
 - c) Marca y nombre comercial del producto.
 - d) Contenido neto del producto.
 - e) Instrucciones de uso, manejo y cuidados específicos.
 - f) Advertencias o precauciones en productos tóxicos y/o peligrosos.

Esta información debe ser presentada adherida al producto, empaque o contenedor (dependiendo de las características del producto). Esta información debe estar sobre los productos expuestos para la venta detallista.³²

Las normas no especifican que países requieren que el etiquetado sea realizado desde el país de origen. Sin embargo, la regulación mexicana requiere la designación del país de origen y se recomienda que los exportadores incluyan esta información en las etiquetas que se preparen para el caso de los alimentos destinados a la venta detallista.

³² Mayor información de los requerimientos de etiquetado puede ser encontrado en: Diario Oficial de la Federación, http://www.emexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Consulta_del_Diario_Oficial_de_la_Federacion.

*** Etiquetado:**

Cualquier producto destinado a la comercialización dentro del territorio mexicano debe llevar las etiquetas en castellano.

E. La etiqueta debe contener:

- * La denominación del producto que debe estar localizada en el tercio superior del panel principal, aparecer en forma visible y prominente en comparación al nombre, marca y denominación del producto.
- * Declaración del contenido neto del envase que debe hacerse usando el sistema de medida: el sistema métrico decimal y el sistema inglés.
- * Declaración de la lista de ingredientes que debe contener todos y cada uno de los ingredientes presentes en el producto de forma descendente, todos los ingredientes compuestos en alimentos.
- * Igualmente, la declaración de ingredientes se debe localizar en el panel de información conjunto con el nombre y dirección del productor del alimento, o bien en donde se localice la información nutricional.

El Panel de Información nutricional ordinario debe contener los siguientes elementos:

- * Todos los valores presentes en la etiqueta nutricional deben reflejar la información equivalente a la porción establecida.
- * Nutrientes básicos aproximados según las reglas específicas.
- * Columna de la declaración de valores diarios porcentuales estimados en función a una dieta de 2,000 calorías diarias.
- * Formatos permitidos y recomendados determinados por tres factores el Área total disponible para etiquetar, los nutrientes presentes en el producto; y el espacio disponible en los distintos paneles del envase.

Los productos empacados o envasados por fabricantes, importadores o comerciantes deberán ostentar en su empaque, envase, envoltorio y etiqueta, a continuación de la frase contenido neto la indicación de la cantidad de materias o mercancías que contengan. Tal cantidad deberá expresarse de conformidad con el Sistema General de Unidades de Medida con caracteres legibles y en lugares en que se aprecien fácilmente. Ley Federal sobre Metrología y

Normalización de 18 de junio de 1992. La Ley General de Salud de 23 de diciembre de 1983 y sus modificatorias establecen requisitos de etiquetado para los siguientes productos: plaguicidas, nutrientes vegetales y sustancias tóxicas o peligrosas, tabaco, bebidas alcohólicas, medicamentos y equipos médicos de diagnóstico.

Adicionalmente, los siguientes productos deben también cumplir con requisitos de etiquetado: miel; productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios; cueros y pieles curtidas naturales y materiales artificiales con esa apariencia, calzado, así como los productos elaborados con dichos materiales; productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos; materiales retardantes e inhibidores de flama e ignífugos; pinturas, tintas, barnices, lacas y esmaltes; productos de Atún y bonito pre envasados; alimentos y bebidas no alcohólicas pre envasados; uva de mesa; bebidas alcohólicas; juguetes; productos de perfumería y belleza pre envasados; aceites lubricantes para motores a gasolina o a diésel; aguacate y mango.

3.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

Existen en México canales muy diversos, como son importadores directos, representantes, agentes de ventas, distribuidores, detallistas, así como empresas subsidiarias de exportadores extranjeros. Al introducirse al mercado mexicano hay que considerar los elevados costes de distribución provocados principalmente por los elevados márgenes de distribución que suelen aplicar los intermediarios.

Un factor decisivo si se desea exportar a México es determinar la cantidad de producto disponible para entrar a ese mercado, uno de los principales errores para un pequeño o mediano productor es el no identificar la forma idónea para ofrecer en el mercado internacional.

Los Estados Unidos de México hemos visto que es una país extenso es por eso que nos hemos enfocado en México D.F., la capital.

Las ventas de estos productos se realizarán a través de intermediarios es decir los llamados importadores o distribuidores, pues al ser una mediana empresa aun, se considera que es la mejor manera de llegar al mercado y al consumidor final. Estos factores ayudarían a la mejora continua del marketing de Modas KEMWEK.

*** Los importadores o distribuidores:**

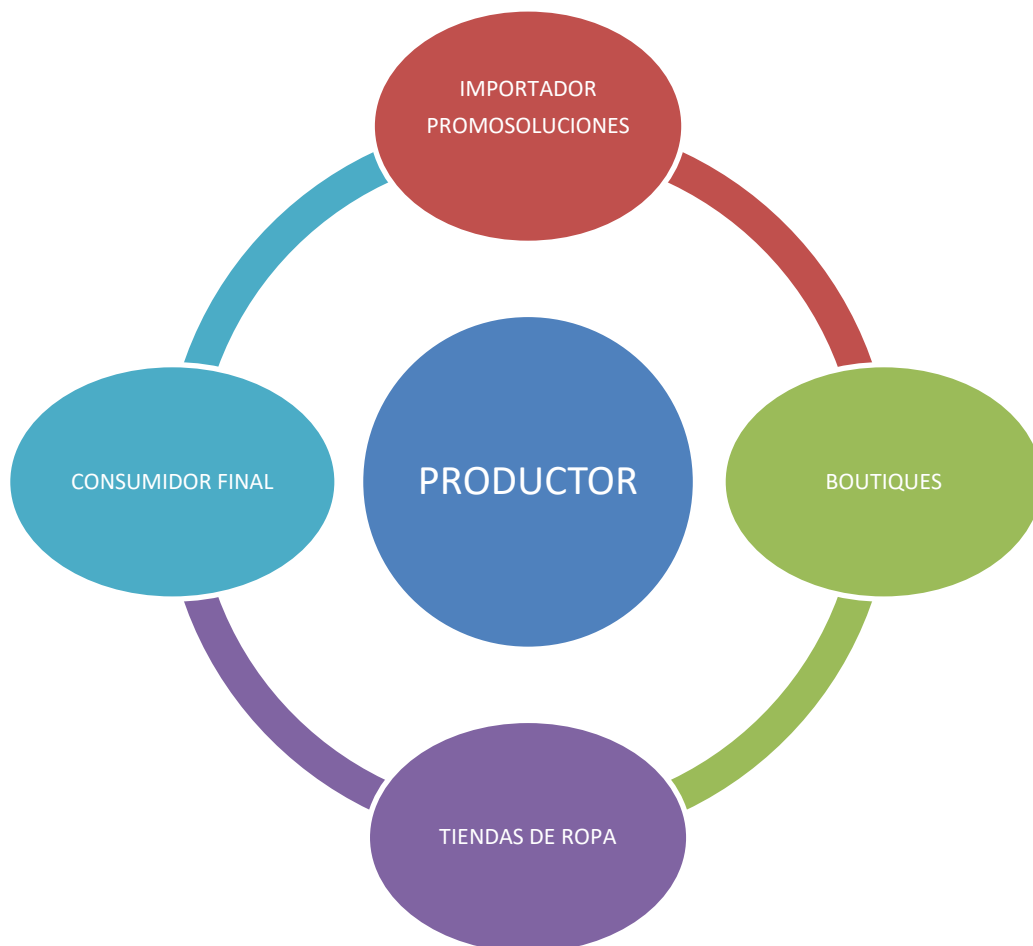
Son especialmente importantes para la venta de bienes de consumo. También se utiliza esta figura en la importación para productos más simples y de menor precio.

Los distribuidores son vendedores independientes que compran y revenden los productos por su propia cuenta. A diferencia de los comisionistas, los distribuidores obtienen su beneficio de la diferencia entre el precio de compra y el de venta. Por otra parte, están expuestos a un mayor riesgo: absorben todas las pérdidas que resulten de la venta, daño o defecto de las mercancías, así como de las quejas e impago por parte de los clientes.

Las vías elegidas por la empresa para que las camisetas de algodón de hombres y mujeres son creadas hasta que llega al consumidor final es el PRODUCTOR- MAYORISTA donde implicados suelen ser el productor mayorista, minorista y consumidor final.

FIGURA N° 12:

Canal de Distribución



FUENTE: Análisis de las cadenas de comercialización de México

ELABORADO POR: Las Autoras

3.2. PREPARACIÓN PARA LA CARGA

A la mercancía se la debe de preparar en el aspecto comercial por medio del embalaje y la marcación, es decir apoyándonos y cumpliendo con las normas internacionales, considerando las características naturales, estructura y uso del producto. En ese instante la carga está dispuesta para la manipulación, almacenamiento y transportación de la misma.

A. Descripción De La Carga

TABLA N° 37:

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR	
PRODUCTO	Camisetas de Algodón
SUBPARTIDA ARANCELARIA	6205200000 / 6206300000
PAIS DE ORIGEN	Ecuador
PAIS EXPORTADOR	Ecuador
PAIS IMPORTADOR	Estados Unidos de México
CANTIDAD DE CAJAS A ENVIAR	600 Cajas
TRANSPORTE	Marítimo
MEDIO DE CARGA	Contenedor
PUERTO DE EMBARQUE	Guayaquil- Ecuador
PUERTO DE DESEMBARQUE	Lázaro Cárdenas- México

FUENTE: Estudio propio

ELABORADO POR: Las Autoras

3.3. INCOTERMS

Los términos internacionales de comercio entre Ecuador y México son términos de tres letras cada uno que reflejan las normas, de aceptación voluntaria por las dos partes, acerca de las condiciones de entrega de las mercancías, productos. se usan para aclarar los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías.

Inicialmente la empresa KEMWEK utilizará los costos CIF, Coste, seguro y flete, (puerto de destino convenido) incoterm o término de comercio

internacional que se utiliza en las operaciones de compraventa, en que el transporte de la mercancía se realiza por barco, seguido del puerto de destino MANZANILLO.

“KEMWEK” como vendedor se hace cargo de todos los costos, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino, con ello se entrega un beneficio al comprador, sin embargo los riesgos de la mercancía los asumirá el comprador en el ecuador cuando la mercancía ha sido cargada en el barco.

• **CIF: Cost, Insurance and Freight (named destination port) → ‘coste, seguro y flete (puerto de destino convenido)’.**

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.

El incoterm CIF es uno de los más usados en el comercio internacional porque las condiciones de un precio CIF son las que marcan el valor en aduana de un producto que se importa. Se debe utilizar para carga general o convencional, pero no se debe utilizar cuando se transporta en contenedores.

El incoterm CIF se utiliza para cualquier transporte, pero sobretodo barco, ya sea marítimo o fluvial.



A. Clasificación De Los Incoterms

*** GRUPO “E” Salida:**

EXW En fábrica (... lugar designado)

*** GRUPO “F” Transporte principal no pagado:**

FCA Franco transportista (.... Lugar designado).

FAS Franco al costado del buque (.... Puerto de carga convenido).

FOB Franco a bordo (....Puerto de carga convenido).

*** GRUPO “C” Transporte principal pagado:**

CFR Coste y flete (....Puerto de destino convenido).

CIF Coste, seguro y flete (....Puerto de destino convenido).

CPT Transporte pagado hasta (....Lugar de destino convenido).

CIP Transporte y seguro pagado hasta (....Lugar de destino convenido).

*** GRUPO “D” Llegada:**

DAF Entregada en frontera (.... Lugar convenido)

DES Entregada sobre buque (.... Puerto de destino convenido).

DEQ Entregada en muelle (.... Puerto de destino convenido).

DDU Entregada derechos no pagados (.... Lugar de destino convenido).

DDP Entregada derechos pagados (.... Lugar de destino convenido).

B. Acuerdo de Compra

El exportador se contacta con el comprador (importador) directamente o a través de su representante, haciéndole la carta comercial de aceptación del producto el comprador acepta y devuelve al exportador una carta firmada junto con una nota de pedido significando su aprobación a los términos de la oferta, aceptación y acuerdo que será por escrito y que posteriormente quedará detallado en el acreditativo o carta de crédito, si esa fuere la forma de pago acordada.

Se anexa un modelo al final carta de aceptación

C. Formas de Pago a las Exportaciones

Transferencia a City Bank Ecuador de parte de Promosoluciones de México Distrito Federal a favor de Modas KEMWEK, es sin duda, la forma de pago más recomendada para el exportador que recién se inicia, ya que al contar con entidades bancarias comprometidas en la operación, la carta de crédito se transforma en un compromiso de pago, razón por la cual es el mecanismo de pago más difundido en todo el mundo.

Otorga la seguridad de que las mercancías serán pagadas una vez enviadas y tan pronto el exportador cumpla las condiciones previamente establecidas. En términos simples, la forma de pago con acreditado consiste en que el importador ordena a su banco comercial ubicado en el país de importación (banco emisor), pagar a un tercero (exportador) por intermedio de un banco comercial (banco receptor). Este pago se efectúa una vez que el exportador cumpla con lo estipulado en el acreditado.

El contrato de compraventa entre exportador e importador puede hacerse vía factura proforma, télex o mediante un simple llamado telefónico. Al momento de la firma de este contrato, se deben acordar las precisiones que se estipularán en el acreditado.

3.4. Costo de Exportación

TABLA N° 38:

Detalle	N° de Pallet	N° de Cajas por Pallet	Total de Cajas
1 Contenedor Normal	24	25	600

FUENTE: Estudio propio

ELABORADO POR: Las Autoras

- * **Análisis:** un contenedor tendrá la capacidad de llevar 600 cajas al puerto de salida.

TABLA N° 39:

COSTO TOTAL DEL TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO

DETALLE	VALORES SEMESTRALES
Capacidad del contenedor	28180 kg
N° de contenedor semestral	1
Valor de Transporte de Quito- Guayaquil	250,00
Pallet	20VB0,00
Costo Flete	6.000,00
Costo Total de Transporte	6.450,00
Costo Almacenamiento por 2 días	600,00
COSTO TOTAL	7.050,00

FUENTE: Estudio propio

ELABORADO POR: Las Autoras

- * **Análisis:** El costo total del transporte y almacenamiento será de \$7050,00 razón que se suma a los rubros detallados en la tabla.

TABLA N° 40:

COSTO DE SEGURO POR TRANSPORTE

DETALLE	TOTAL DE CAMISETAS	PRECIO POR CAMISETA Y CAJA	VALOR FOB	COSTO DE SEGURO
Seguro de Transporte	3000	10,00	30.000,00	3.000,00

FUENTE: Estudio propio

ELABORADO POR: Las Autoras

- * **Análisis:** El costo total del seguro de transporte va de acuerdo al total de camisetas que se van a enviar en este caso 3000 unidades x 10 dólares.

TABLA N° 41:

COSTO DE EMBARQUE

DETALLE	CAJAS	PRECIO POR CAJA	TOTAL
Mano de obra	600	0,25	150,00

FUENTE: Estudio propio

ELABORADO POR: Las Autoras

- * **Análisis:** La mano de obra que se reconoce por el envío de una caja es de 150 por 600 cajas a 0,25 cada una.

TABLA Nº 42:

COSTO TOTAL DE EXPORTACIÓN

DETALLE	TOTAL
Costo total de Transporte	7.050,00
Costo de Almacenamiento	600,00
Costo de Seguro	3.000,00
Costo de Mano de Obra	150,00
Costos Trámites aduaneros	1.807,13
TOTAL	12.607,13

FUENTE: Estudio propio

ELABORADO POR: Las Autoras

- * **Análisis:** El costo total de la exportación es la suma de todos los rubros antes mencionados adicional a ello los costos por trámites aduaneros que nos da como resultado \$12607,13.

TABLA Nº 43:

Ingresos

Camisetas de Algodón	Precio por Camiseta	Ventas Netas
3000	23,95	71.857,50

FUENTE: Estudio propio

ELABORADO POR: Las Autoras

- * **Análisis:** El valor de las ventas a obtener por el envío de 3000 camisetas de algodón es de \$71857,50 debido que su precio es de \$23,95 cada camiseta.

CAPÍTULO IV

4. EVALUACIÓN FINANCIERA

“El objetivo de la evaluación financiera es establecer las bondades de la decisión tomada por los inversionistas de asignar los recursos generalmente escasos a una inversión específica, sin embargo, hay que distinguir dos tipos de evaluaciones diferentes, aquella que dirige su accionar a la inversión social en el campo social y la otra, la que está directamente relacionado con el empresario privado, es decir en el campo de la microeconomía.”³³

4.1 OBJETIVO PARA LA EVALUACIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA KEMWEK.

4.1.1 Objetivo General

- * Evaluar financieramente a la empresa KEMWEK, de esta manera para determinar la factibilidad económica del mismo.

4.1.2 Objetivos Específicos.

- * Determinar ciertos instrumentos financieros y contables tales como el Estado de Situación Inicial, Estados de Pérdidas y Ganancias y el Flujo de Caja para poder obtener los indicadores de evaluación financiera.
- * Analizar mediante técnicas e instrumentos de evaluación, que nos permita determinar la conveniencia o no de la inversión. Los instrumentos que se utilizarán en el presente proyecto serán Valor.
- * Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Beneficio Costo (RBC) y el período de Recuperación de la Inversión (PRI).

³³Econ. LUIS BARRENO, “Manual de formulación y evaluación de proyectos”, Año 2007, p. 99.

4.2 INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

4.2.1 Estado de situación inicial proyectado

TABLA Nº 44:

EMPRESA DE MODAS KEMWEK
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL PROYECTADO
AL 31 DE DICIEMBRE 2011

ACTIVO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACTIVO CORRIENTE										
Caja y Bancos	37,441.19	56,161.79	84,242.68	126,364.02	189,546.02	284,319.04	426,478.55	639,717.83	959,576.75	1,439,365.12
Cuentas por Cobrar – Clientes	18,328.53	27,492.80	41,239.19	61,858.79	92,788.18	139,182.27	208,773.41	313,160.12	469,740.18	704,610.27
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	55,769.73	83,654.60	125,481.89	188,222.84	282,334.26	423,501.39	635,252.08	952,878.12	1,429,317.18	2,143,975.77
ACTIVO FIJO										
Maquinaria y Equipo	16,693.10	25,039.65	37,559.48	56,339.21	84,508.82	126,763.23	190,144.84	285,217.26	427,825.89	641,738.84
Menos: Depreciación	5,854.82	8,782.23	13,173.35	19,760.02	29,640.03	44,460.04	66,690.06	100,035.09	150,052.63	225,078.95
Menos: Ajuste Depreciación										
Más : Ajuste por Inflación	871.38	1,307.07	1,960.61	2,940.91	4,411.36	6,617.04	9,925.56	14,888.34	22,332.52	33,498.77
Equipos de Oficina	3,070.00	4,605.00	6,907.50	10,361.25	15,541.88	23,312.81	34,969.22	52,453.83	78,680.74	118,021.11
Menos: Depreciación	646.05	969.08	1,453.61	2,180.42	3,270.63	4,905.94	7,358.91	11,038.37	16,557.55	24,836.33
Menos: Ajuste Depreciación										

Más: Ajuste por Inflación	160.25	240.38	360.56	540.84	811.27	1,216.90	1,825.35	2,738.02	4,107.03	6,160.55
TOTAL ACTIVOS FIJOS	14,293.86	21,440.79	32,161.19	48,241.78	72,362.67	108,544.00	162,816.00	244,224.00	366,336.00	549,504.00
ACTIVO NOMINAL										
Gastos de Arranque	6,430.20	9,645.30	14,467.95	21,701.93	32,552.89	48,829.33	73,244.00	109,866.00	164,798.99	247,198.49
Menos: Amortización	2,255.28	3,382.92	5,074.38	7,611.57	11,417.36	17,126.03	25,689.05	38,533.57	57,800.36	86,700.54
Menos: Ajuste Amortización										
Más: Ajuste por Inflación	335.65	503.48	755.21	1,132.82	1,699.23	2,548.84	3,823.26	5,734.89	8,602.34	12,903.51
TOTAL ACTIVOS NOMINALES	4,510.57	6,765.86	10,148.78	15,223.17	22,834.76	34,252.14	51,378.21	77,067.32	115,600.98	173,401.46
TOTAL ACTIVOS	74,574.16	111,861.24	167,791.86	251,687.79	377,531.69	566,297.53	849,446.29	1,274,169.44	1,911,254.16	2,866,881.23
PASIVO										
PASIVO CORRIENTE										
Prestaciones Sociales por Pagar	5,600.00	8,400.00	12,600.00	18,900.00	28,350.00	42,525.00	63,787.50	95,681.25	143,521.88	215,282.81
Cuentas por Pagar – Proveedores	7,605.00	11,407.50	17,111.25	25,666.88	38,500.31	57,750.47	86,625.70	129,938.55	194,907.83	292,361.75
Retefuente por Pagar	532.35	798.53	1,197.79	1,796.68	2,695.02	4,042.53	6,063.80	9,095.70	13,643.55	20,465.32
Impuesto de Renta	7,218.29	10,827.44	16,241.15	24,361.73	36,542.59	54,813.89	82,220.83	123,331.25	184,996.88	277,495.32
TOTAL PASIVO CORRIENTE	20,955.64	31,433.46	47,150.19	70,725.29	106,087.93	159,131.89	238,697.84	358,046.76	537,070.13	805,605.20
TOTAL PASIVOS	20,955.64	31,433.46	47,150.19	70,725.29	106,087.93	159,131.89	238,697.84	358,046.76	537,070.13	805,605.20
PATRIMONIO										
Capital	40,000.00	60,000.00	90,000.00	135,000.00	202,500.00	303,750.00	455,625.00	683,437.50	1,025,156.25	1,537,734.38
Revalorización del Patrimonio	2,088.00	3,132.00	4,698.00	7,047.00	10,570.50	15,855.75	23,783.63	35,675.44	53,513.16	80,269.73

Resultados de Ejercicios Anteriores	30,099.77	45,149.66	67,724.48	101,586.72	152,380.09	228,570.13	342,855.19	514,282.79	771,424.18	1,157,136.28
Utilidades o Pérdidas del Ejercicio	10,377.46	15,566.19	23,349.29	35,023.93	52,535.89	78,803.84	118,205.76	177,308.63	265,962.95	398,944.42
Reserva Legal	1,153.05	1,729.58	2,594.36	3,891.54	5,837.32	8,755.97	13,133.96	19,700.94	29,551.41	44,327.12
TOTAL PATRIMONIO	53,618.52	80,427.78	120,641.67	180,962.51	271,443.76	407,165.64	610,748.45	916,122.68	1,374,184.02	2,061,276.03
		-								
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	74,574.16	111,861.24	167,791.86	251,687.79	377,531.69	566,297.53	849,446.29	1,274,169.44	1,911,254.16	2,866,881.23

FUENTE: Estudio propio

ELABORADO POR: Las Autoras

4.2.2 Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado

TABLA N° 45:

EMPRESA DE MODAS KEMWEK
BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas Netas	71,857.50	74,846.77	81,203.54	91,765.17	108,014.43	132,430.08	169,119.03	224,956.88	311,678.65	449,796.21
Costos de Produccion	26,490.00	27,591.98	29,935.38	33,828.88	39,819.10	48,819.83	62,345.07	82,929.47	114,899.11	165,815.61
Utilidad Bruta	45,367.50	47,254.79	51,268.16	57,936.29	68,195.33	83,610.25	106,773.96	142,027.41	196,779.54	283,980.60
Costos de Administracion	1,826.75	1,902.74	2,064.34	2,332.84	2,745.93	3,366.62	4,299.32	5,718.82	7,965.01	11,494.63
Costos de Ventas	4,423.00	4,606.99	4,998.26	5,648.35	6,648.53	8,151.37	10,409.66	13,846.61	19,184.53	27,685.98
Costos Financieros	1,542.87	1,607.05	1,743.53	1,970.30	2,319.19	2,843.42	3,631.17	4,830.07	6,692.08	9,657.61
Utilidad Neta Antes del Imp. Y Part.	37,574.88	39,138.01	42,462.03	47,984.80	56,481.68	69,248.84	88,433.81	117,631.91	162,937.92	235,142.38
Participacion Trabajadores 15%	5,636.23	5,870.70	6,369.30	7,197.72	8,472.25	10,387.33	13,265.07	17,644.79	24,440.69	35,271.36
Impuesto a la Renta 25%	7,984.66	8,316.83	9,023.18	10,196.77	12,002.36	14,715.38	18,792.19	24,996.78	34,624.31	49,967.76
UTILIDAD NETA TOTAL	23,953.99	24,950.48	27,069.54	30,590.31	36,007.07	44,146.14	56,376.55	74,990.34	103,872.92	149,903.27

FUENTE: Estudio propio

ELABORADO POR: Las Autoras

4.2.3 Flujo De Caja

TABLA N° 46:

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos por Ventas		71,857.50	74,846.77	81,203.54	91,765.17	108,014.43	132,430.08	169,119.03	224,956.88	311,678.65	449,796.21
Valor por salvamento											
Costos de Generacion		26,490.00	27,591.98	29,935.38	33,828.88	39,819.10	48,819.83	62,345.07	82,929.47	114,899.11	165,815.61
Utilidad Bruta		45,367.50	47,254.79	51,268.16	57,936.29	68,195.33	83,610.25	106,773.96	142,027.41	196,779.54	283,980.60
Costos de Administración		1,826.75	1,902.74	2,064.34	2,332.84	2,745.93	3,366.62	4,299.32	5,718.82	7,965.01	11,494.63
Costos de Ventas		4,423.00	4,606.99	4,998.26	5,648.35	6,648.53	8,151.37	10,409.66	13,846.61	19,184.53	27,685.98
Costos Financieros		1,542.87	1,607.05	1,743.53	1,970.30	2,319.19	2,843.42	3,631.17	4,830.07	6,692.08	9,657.61
Utilidad Neta Antes del Imp. Y Part.		37,574.88	39,138.01	42,462.03	47,984.80	56,481.68	69,248.84	88,433.81	117,631.91	162,937.92	235,142.38
Participacion Trabajadores 15%		5,636.23	5,870.70	6,369.30	7,197.72	8,472.25	10,387.33	13,265.07	17,644.79	24,440.69	35,271.36
Impuesto a la Renta 25%		7,984.66	8,316.83	9,023.18	10,196.77	12,002.36	14,715.38	18,792.19	24,996.78	34,624.31	49,967.76
UTILIDAD NETA		23,953.99	24,950.48	27,069.54	30,590.31	36,007.07	44,146.14	56,376.55	74,990.34	103,872.92	149,903.27

INVERSIONES											
Capital de Trabajo											
Recuperación del Capital de trabajo											26,490.00
FLUJO NETO DE CAJA	26,490.00	23,953.99	24,950.48	27,069.54	30,590.31	36,007.07	44,146.14	56,376.55	74,990.34	103,872.92	176,393.27

FUENTE: Estudio propio

ELABORADO POR: Las Autoras

4.3 INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

Los indicadores de evaluación permiten visualizar la factibilidad económica financiera de nuestro trabajo de investigación, parte del flujo de caja.

Los indicadores de evaluación son:

- * Valor Actual Neto
- * Tasa Interna De Retorno
- * Relación Beneficio Costo
- * Período De Recuperación De La Inversión

4.3.1 Valor Actual Neto (VAN)

El Método del Valor Actual Veto (VAN), permitirá evaluar que tan conveniente es el proyecto, para lo cual es necesario traer a valor presente todos los flujos de efectivo.

Fórmula VAN a utilizar:

$$VAN = \sum_{t=0}^n \frac{R - C}{(1 + i)^n} - I$$

VAN= Valor Actual Neto

R= Flujo de Ingresos

C= Flujo de egresos o costos y gastos

I= Flujo de Inversiones

i= Tasa de Descuento

t= Vida útil del proyecto

TABLA N° 47:

VAN 1

Años	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Tasa de interés Cooperativa Riobamba Ltda. Agencia Quito 17,5%	26,490.00	23,953.99	24,950.48	27,069.54	30,590.31	36,007.07	44,146.14	56,376.55	74,990.34	103,872.92	176,393.27
	1.0000	0.8511	0.7243	0.6164	0.5246	0.4465	0.3800	0.3234	0.2752	0.2342	0.1994
	26490.00	20386.37	18071.87	16686.58	16048.42	16076.76	16775.12	18231.96	20639.65	24331.09	35164.41
		$\Sigma=1....10$									
	26,490.00	202,412.24									
VAN1=	175,922.24										

FUENTE: Estudio propio

ELABORADO POR: Las Autoras

TABLA 48:

VAN 2

Años	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	26,490.00	23,953.99	24,950.48	27,069.54	30,590.31	36,007.07	44,146.14	56,376.55	74,990.34	103,872.92	176,393.27
Tasa de interés Banco Pichincha Agencia Quito 22%	1.0000	0.9785	0.9574	0.9368	0.9166	0.8969	0.8776	0.8587	0.8402	0.8221	0.8044
	26,490.00	23,438.35	23,887.85	25,358.77	28,040.15	32,294.85	38,742.47	48,410.80	63,008.36	85,397.33	141,896.95
		$\Sigma=1....10$									
	26,940.00	510,475.87									
VAN2=	483,535.87										

FUENTE: Estudio propio

ELABORADO POR: Las Autoras

El resultado nos indica que la Inversión no producirá el rendimiento mínimo aceptable, por lo tanto no sería recomendable su implementación con la tasa de interés del Banco de Pichincha, sin embargo este resultado nos facilitará el cálculo de la tasa interna de retorno la misma que se encuentra mediante aproximaciones sucesivas entre un rango positivo y negativo

4.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

El cálculo de la Tasa Interna de Retorno es importante para la evaluación del presente proyecto ya que es la tasa de descuento que equiparará el valor presente de las entradas de efectivo que genere el proyecto con la inversión inicial realizada.

La tasa interna de retorno que se calculará será:

$$TIR = i2 - \left[VAN2 \left\{ \frac{(i2 - i1)}{VAN2 - VAN1} \right\} \right]$$

$$TIR = 0,22 - \left[483985,87 \left\{ \frac{(0,22 - 0,175)}{(483985,87) - (175922,24)} \right\} \right]$$

$$TIR = 0,22 - \left[483985,87 \left\{ -\frac{0,045}{308063,63} \right\} \right]$$

$$TIR = 0,22 - \left[-\frac{21779,36}{308063,63} \right]$$

$$TIR = 0,22 - [-0,07]$$

$$TIR = 0,22 + 0,07$$

$$TIR = 0,29 * 100 =$$

$$TIR = 29\%$$

Se determina que el valor de la TIR es 29% que se justifica desde el punto de vista financiero, por lo que la tasa calculada es conveniente para los inversionistas, justificando de esta forma las inversiones.

4.3.3 Relación Beneficio Costo

Constituye el resultado de la división de la sumatoria del valor neto de ventas o ingresos y el Valor Actual Neto sobre el valor de la inversión del año cero. Basándonos en la siguiente fórmula para calcularlo.

$$\frac{RB}{C} = \frac{VN + VAN}{C}$$

$$\frac{RB}{C} = \frac{71857,50 + 175922,24}{26490,00}$$

$$\frac{RB}{C} = \frac{247779,74}{26490,00}$$

$$RB/C = 9,35$$

$$\frac{RB}{C} = \frac{71857,50 + 483985,87}{26490,00}$$

$$\frac{RB}{C} = \frac{555843,37}{26490,00}$$

$$\frac{RB}{C} = 20,98$$

4.3.4 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

El plazo de recuperación de la inversión del proyecto, se determinará por medio del Período de Recuperación de la Inversión (PRI), en el que se señalará el número de años necesarios para recuperar la inversión inicial, sobre la base del flujo de fondos generados en cada período de vida útil del proyecto. Por lo cual el PRI tomó el promedio de resultados de los flujos de efectivo:

TABLA 49:

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

PRI =	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		23,953.99	24,950.48	27,069.54	30,590.31	36,007.07	44,146.14	56,376.55	74,990.34	103,872.92	176,393.27
INVERSIÓN	26,490.00	23953.99/24950,48	0.96								
1 Año	0.96	0.96*12	11.52								
11 Meses	11.00	0.52*30	15.60								
15 Días											

FUENTE: Estudio propio

ELABORADO POR: Las Autoras

Para ser más específicas este análisis se concluye que el Período de Recuperación será de: **PRI = Un año con once meses y quince días**

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de realizar los estudios necesarios se llegó a las siguientes conclusiones:

5.1. CONCLUSIONES

- * “MODAS KEMWEK”, cuenta con un grupo preponderante de fortalezas, las mismas que hay que aprovecharlas para poder realizar con éxito el proyecto de exportación hacia México Distrito Federal.
- * La ubicación en la provincia de Pichincha, cantón Quito, facilita gestiones de comercio para el resto del país, situación que incentiva y garantiza la actividad exportadora.
- * El proyecto representa un beneficio económico directo para la empresa “MODAS KEMWEK” e indirecto a la generación de empleos en torno a la producción de algodón en la provincia y cantones aledaños a ella.
- * La vía de transporte que se utilizará es marítima por razón que es la más apropiada por el volumen de la mercadería, por su costo y por el tipo de mercadería que se envía.
- * Existen grandes ventajas de comercialización para la exportación de camisetas de algodón porque ha surgido la necesidad de abastecer la producción de algodón entregando así un producto ya terminado y de excelente calidad y a un costo accesible.
- * Finalmente llegamos a la conclusión que la exportación de camisetas de algodón es técnicamente factible debido a los estudios hechos en dicho trabajo de investigación.

5.2. RECOMENDACIONES

- * Dentro de las recomendaciones, es necesario puntualizar el hecho de que es necesario realizar acciones que vayan en pos de superar las debilidades que mantiene la empresa “MODAS KEMWEK”, con el objetivo de capacitar al personal o contratar personal idóneo en la materia de comercio exterior.
- * Es recomendable tener una buena relación con los productores-proveedores de la materia prima para la elaboración de nuestras camisetas de algodón debido a que el producto requiere de grandes volúmenes que será primordial para poder posicionarnos en el mercado mexicano.
- * Considerar que se puede ofrecer nuevas opciones en lo textil al país importador. Es decir aprovechar al máximo la maquinaria que posee la empresa para elaborar productos de calidad.
- * Enviar el contenedor por vía marítima, a razón que es la más adecuada considerando el tipo de mercadería, tiempo y costo.
- * Es recomendable el desarrollo de las estrategias sugeridas en especial de la innovación que va de la mano con las preferencias de los consumidores y que además marca la diferencia entre los competidores entre precios y calidad.
- * Finalmente, desarrollar el plan de exportación porque los indicadores financieros señalan que el proyecto es viable y rentable para los inversionistas ya que al periodo de un año se recupera la inversión y a su vez se genera nuevas fuentes de trabajo.

RESUMEN

La presente investigación es un “Plan de exportación de camisetas de algodón para hombres y mujeres de la empresa de MODAS KEMWEK de la ciudad de Quito, hacia México, Distrito Federal, para el año 2013”, que tiene como objetivo la comercialización nacional e internacional del producto. El plan de exportación propone diseñar una guía para que la Empresa pueda llevar al exterior su producto y tenga acceso al mercado meta.

En el estudio de mercado se hizo un diagnóstico interno y externo se identificó las características competitivas del producto, el mercado potencial, el contacto directo con la empresa del mercado meta llegando a un acuerdo para reponer existencias a su importadora y distribuidora. Identificamos los documentos necesarios para la exportación basándonos en diagramas de flujo para llevar consigo tal proceso. El estudio financiero nos señala la viabilidad del proyecto a través de sus diferentes indicadores como es rentabilidad VS inversión en un 29% justificando de esta manera las inversiones.

Finalmente se concluye la viabilidad del plan para realizar la exportación de camisetas de algodón al mercado meta. Por tanto se recomienda que la Empresa se encuentre en un constante avance y mejoramiento capacitando a sus socios o a su vez contratando al personal idóneo en el área de comercio exterior, teniendo en cuenta siempre las necesidades van de la mano con el tiempo con el fin de llevar a cabo el proyecto a la realidad.

SUMMARY

The present research is about “Cotton Shirts Exportation Plan for Men and Women in the enterprise MODAS KEMWEK, from Quito city to México, Federal District, for the year 2013” which aims marketing the product nationally and internationally

The exportation plan proposes to design a guide for the enterprise so it could send abroad its products for obtaining its access. In the marketing study internal and external diagnosis were made, where the products competitive characteristics were identified, the potential market, direct contact with the company target market by agreeing to restock with the importer and the distributor. The necessary documents for exporting were identified, based on the flow diagram for carrying out the process. The financial study showed the viability of the project through its various indicators such as of profitability VS investment in a 29%, thus justifying investments.

Finally, it has been concluded the viability of this plan for developing exportation of cotton shirts to the target market. Therefore, it is that the company be in constant progress and improvement by training its partners or hiring the right people in the area of foreign trade, considering the need which always go hand in hand with time to comply with those established by the company.

BIBLIOGRAFÍA

BACA URBINA, Gabriel: Tamaño del proyecto, McGRAW-HILL 4ta Edición.

Econ. LUIS BARRENO, "Manual de formulación y evaluación de proyectos", Año 2007.

BRAVO, Mercedes, Contabilidad General

C. Cleri. Estrategias pymes y cooperación interempresarial. Colección Revista Mercado, 2011

Ing. RAÚL ESTRADA, Ing. PATRICIO ESTRADA, Lo que se debe conocer para Exportar "Exportar Es El Reto"

Carlos J. Gelmetti PYMES GLOBALES Estrategias y prácticas para la internalización de empresas pymes 296 p. 2011.

Ley Orgánica De Aduanas (LOA)

J.MIRANDA "Gestión De Proyectos" 4ta Edición

Mario Muñoz Guerrero, Proyectos

OSORIO Cristóbal, Diccionario de Comercio Internacional, Bogotá, OCOE Internacional

Pablo Marco (2010), *El Mercado del Sector Textil en Ecuador*, Estudios de Mercado, ICEX, Instituto Español de Comercio Exterior, junio

SILVESTRE José, Fundamentos de Economía, México, Mc Graw Hill, Segunda Edición.

LINKCOGRAFÍA

- * <http://www.comexi.gov.ec/docs/sgp.doc>.
- * <http://www.mmrree.gov.ec/> www.cbs.nl/dem [TradeMap](#)
- * <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado-definicionconcepto.html>
- * <http://www.ecuadorexporta.org> (SIM)
- * <http://www.sri.gov.ec/sri/portal/content/documents.do?action=listDocuments&contenCode=375&typeCode=1&external=>
- * <http://www.aduana.gov.ec/>
- * <http://www.definiciones.com.mx/definicion/L/legislacion/>
- * http://www.comerciousa.org/argentina_editable/Importar_Herramientas_pagosasp
- * http://www.mmrree.gov.ec/MRE/DOCUMENTOS/novedades/boletines/boletines%20promocion/2004/pe_bol005_3.htm
- * <http://www.ecuadorexporta.org/contenido.ks?contenidold=1338&contenidold=1338>
- * www.bce.ec (en línea)
- * www.inegi.mx (en línea)
- * www.proecuador.com

ANEXOS

Carta de Aceptación Comercial

 Oficinas Generales: Independencia 72 4to. Piso 402
Centro 06050 México, D.F. México Tel: +52 (55) 5510-4323 Fax: +52 (55) 5518-7186

México, D. F., 28 de Enero de 2013

Empresa de modas KEMWEK
Quito, Ecuador

Ing. Carla Roldan
Gerente

Promosoluciones es una de las principales empresas del D.F que tenemos el prestigio por la calidad de los productos que importamos pero ante la necesidad de responder a su oferta del pasado 15 de Enero me permito confirmarle que su propuesta ha sido aceptada y doy por hecho la importación de las camisetas de algodón ecuatorianas para que forme parte de nuestra gama de productos hacer distribuidos en nuestras localidades las condiciones de compra las detallo a continuación:

- ✓ Requisición: CAMISETAS DE ALGODÓN
- ✓ Cantidad: 3000 es decir 1500 de hombres y 1500 de mujeres.
- ✓ Costo: 71.857,50 valor en dólares (913.520,21 mxn)
- ✓ El 40 % al compromiso de venta y el 60% restante al recibir la mercadería.
- ✓ Pago efectuado a través de CITIBANK ECUADOR.

Convencidos que la vinculación de sus productos a nuestra empresa traerá nuevas propuestas de moda a la población mexicana y crecimiento a la industria ecuatoriana.

Se despide con un abrazo.


GERENTE

Santiago Suarez Meana

FUENTE: Promosoluciones – México D.F

ELABORADO POR: Las Autoras





